

3

# Programme des Jahres



INFO-POINT

Guten Abend, meine Damen und Herren - das sind die Themen von

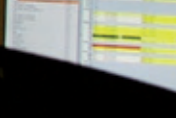
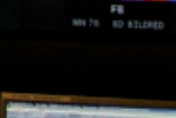
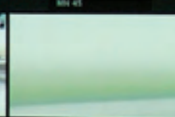
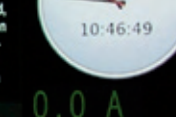
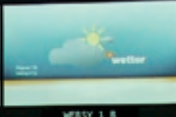


0.0 A

Guten Abend, meine Damen und Herren - das sind die Themen von

Guten Abend, meine Damen und Herren - das sind die Themen von

Guten Abend, meine Damen und Herren - das sind die Themen von





## Eine deutsche Familie – und vieles mehr

### Der große Dreiteiler »Krupp – Eine deutsche Familie«

Wenn über Historie im Fernsehen nicht nur informiert wird, sondern ein Fernsehereignis, ein Event, entstehen soll, so müssen einerseits die Kriterien populärer Fiction-Unterhaltung in besonderem Maße erfüllt werden. Andererseits gibt die Geschichte Personen, Fakten und Zusammenhänge vor, die nicht dem frei erfindenden, an den Kriterien des populären Erzählens orientierten Geist geopfert werden dürfen. Wenn der Spagat gelingt, bereichert Geschichte den anspruchsvoll unterhaltenden Fernsehfilm. Das Gelingen hängt entscheidend von der Auswahl des historischen Stoffes ab. Nicht jedes geschichtliche Ereignis, das den einschlägig Interessierten oder den Dokumentarfilmer anspricht, kann zu einem Fernsehereignis werden. Fiktionalisierte Geschichte muss die Zuschauer nach den Erfahrungsmustern heutigen Lebens ansprechen. Im Mittelpunkt stehen deshalb Figuren, die die Zuschauer – unter Berücksichtigung der historischen Differenz – zur Identifikation einladen.

Mit »Krupp – Eine deutsche Familie« hat das ZDF gemeinsam mit seinen Partnern ein fiktionales Programm realisiert, welches einem breiten Publikum Unterhaltung und gleichzeitig die Vermittlung historischen Wissens brachte. Durchschnittlich 6,8 Millionen Menschen sahen zu (Marktanteil 19,8 Prozent). Es ging um die einstmals mächtigste deutsche »Wirtschafts-Familie«, eine schon um 1900 globalisiert agierende industrielle Dynastie. Frühere Generationen müssen beim Namen Krupp genauso empfunden haben wie spätere bei den Namen General Motors oder Microsoft.

Aber nicht nur deshalb hat der Name auch heute nichts von seiner Faszination verloren. Der Dreiteiler »Krupp – Eine deutsche Familie« erzählt die Geschichte einer Familie, eines Clans

mit außergewöhnlich prägnanten Figuren, einem starken Beziehungsgeflecht und einer noch stärkeren familiären Identität. In der Familie Krupp finden sich all die Leidenschaften und Zwänge, die Machtstrukturen und emotionalen Muster, die auch andere, die sehr viele Familien prägen. Von daher sind die Krupps für ein breites Publikum identifikationsfähig.

Darüber hinaus war das Leben in der Essener Großfamilie bis ins Innerste davon bestimmt, dass der Clan mit Kaisern und Königen auf Augenhöhe verkehrte sowie weltweit produzierte und handelte. Die familiären Akteure mussten so beschaffen sein, dass der Konzern in dieser Position dauerhaft erfolgreich war. Es war deshalb eine ganz besondere Familie, die sich von (fast) allen abgrenzte. Die »deutschen Kennedys« würden sich heute wahrscheinlich energisch dagegen wehren, laufend von der Boulevardpresse als glamouröse Sippe beobachtet und mythisch überhöht zu werden. Denn das Ethos der Krupps war die harte selbstdisziplinierte Arbeit und die aus viel Fleiß gewonnene Innovation. Man feierte Feste, aber das konnte nur das gesellschaftlich notwendige Beiwerk zu Machtausübung und Geschäft sein.

Die beiden im 20. Jahrhundert wichtigsten Gestalten der Krupp-Familie, Bertha Krupp (1886 bis 1957) und ihr ältester Sohn Alfried (1907 bis 1967), stehen im Mittelpunkt des Dreiteilers. In ihrer Beziehung spiegeln sich die prägenden Konflikte dieser »sehr deutschen Familie«: Konflikte zwischen extremem Pflichtbewusstsein und der Sehnsucht nach einem freieren Leben, zwischen erzieherischer Strenge und elterlicher Liebe, zwischen starkem Familienzusammenhalt und heftigem Streit über wichtige Fragen von Familie, Konzern, Ethos und Politik.



Günther van Endert



Heike Hempel

Alle konzeptionellen Überlegungen wären fruchtlos geblieben, wenn nicht ein fulminantes Schauspielensemble den Dreiteiler mit Leben erfüllt und damit zum Erfolg geführt hätte. An erster Stelle ist eine großartige Iris Berben zu nennen, die als Bertha Krupp in verschiedenen Altersstufen glänzt. Sie bemerkt im Interview über ihre Rolle: »Die Härte, die Bertha Krupp ihren Kindern gegenüber gezeigt hat, hat sie immer auch von sich selbst eingefordert. Sie hat auf ihre eigenen Wünsche verzichtet (...). Ihr wurde mehr oder weniger ein Ehemann ausgesucht. Obwohl es zwar letztlich eine Liebesheirat war, hatte es auch sehr viel mit Vernunft zu tun ...«. Benjamin Sadler gibt den Alfried, die zweite Hauptrolle. Alfried war der Kronprinz. Er hatte als Kind unter dem elterlichen Drill mehr zu leiden als seine vier Brüder und zwei Schwestern. Dafür wurde er schließlich mit dem alleinigen Besitz des Konzerns belohnt.

Barbara Auer spielt Berthas Mutter, Margarethe Krupp. Sie vor allem sorgte dafür, dass der Krupp-Konzern ein beispielhaftes, werksgebundenes Sozialwesen aufbaute, mit Wohnungen, Einkaufsläden und Krankenhäusern. Krupp stand für einen fürsorglichen Kapitalismus. Fritz Karl ist als Fritz Krupp zu sehen. Dem genialen Konzernlenker wurden seine homosexuellen Neigungen zum Verhängnis. Heino Ferch stellt Gustav Krupp von Bohlen und Halbach dar, Berthas Mann. Der angeheiratete Adlige verkörperte das Krupp'sche

Ideal der Selbstdisziplin noch mehr als die geborenen Krupps. Viele Rollen sind zweifach besetzt, weil der Film einen Zeitraum von 70 Jahren erzählt. Thomas Thieme gibt den gealterten Gustav, den seine spätere Demenz davor schützt, von den Alliierten verurteilt zu werden. Statt seiner wird sein Sohn Alfried bestraft. Mavie Hörbiger tritt als Anneliese Bahr auf. Sie war die erste Ehefrau von Alfried Krupp und seine große Liebe. Ihre Tragik besteht darin, dass die geschiedene Hamburger Kaufmannstochter von dem seelisch hartgesottenen Stahl-Clan aus dem Ruhrpott nicht akzeptiert wurde. Arndt von Bohlen und Halbach entsprang dieser zum Scheitern verurteilten Ehe. Nikolai Kinski spielt ihn und erinnert in seiner Spielweise nicht nur an seinen exzentrischen Vater Klaus Kinski, sondern markiert auch meisterhaft den letzten Erben der Dynastie, der mit geschminkten Augen gemeinsam mit seinem Gefolge im marokkanischen Palast der Familie seine Krönung zum bayerischen König spielen lässt. Auch Valerie Koch als die junge Bertha und Marie Zielcke sowie Sunnyi Melles als die jüngere und die ältere Variante von Berthas Schwester Barbara müssen erwähnt werden. Die Genannten stehen stellvertretend für den sehr großen Cast.

Für ein solch aufwändiges, ambitioniertes Projekt braucht man die wirklich Guten der Branche. Produzent Oliver Berben und vor allem auch Regisseur Carlo Rola realisierten das Projekt.

Gustav Krupp von Bohlen und Halbach (Thomas Thieme, Mitte) und Gemahlin Berta (Iris Berben) geben sich die Ehre

Iris Berben als Bertha Krupp





Anneliese (Mavie Hörbiger) überredet Alfred (Benjamin Sadler) zu einem gemeinsamen Ausflug

Bei der Flucht aus Essen gerät Gustav Krupp (Heino Ferch) in eine Straßensperre

Koproduzent Georg Feil sorgte dafür, dass die Angaben der historischen Fachberater, der Professoren Gall und Abelshausen, genauen Eingang in den Film fanden. Carlo Rola trieb die Produktion voran, für deren Größe Zahlen stehen: Gedreht wurde von Anfang September 2008 bis Januar 2009 an 81 Drehtagen plus sieben einer »2nd Unit«. 68 Schauspieler wirkten mit und exakt 2007 Komparsen. Es gab 112 Motive an 68 Drehorten. Es wurde gedreht in Salzburg und Innsbruck; in Nordrhein-Westfalen, Berlin, Thüringen und Bayern; in insgesamt 31 Städten und Orten. Schloss Blühnbach in Österreich, ein Stammsitz der Familie, stand als Drehort zur Verfügung, ebenso die Plätze auf der italienischen Insel Capri, auf denen der Clan im Sommer urlaubte. In Los Angeles entstand ein Großteil der umfangreichen computergenerierten Teile. Der Film brauchte eine breite Finanzierung. Das ZDF ist dankbar, dass die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen, das Medienboard Berlin-Brandenburg, der FilmFernsehFond Bayern, die Förderung des Landes Salzburg und die Mitteldeutsche Medienförderung das Projekt unterstützten.

Die Familiengeschichte der Krupps musste – will man der Aufgabe gerecht werden – selbstver-

ständiglich auch die einer politisch-ökonomisch außerordentlich wichtigen Familie sein. In ihr spiegeln sich gleichermaßen die Katastrophen wie die gelungenen Seiten der deutschen Geschichte.

Aufgrund seiner Größe, seiner schwerindustriellen Produktion und speziell seiner Rüstungsproduktion hatte der Konzern eine immense Bedeutung für die Mächtigen Deutschlands. Wilhelm II. war der Taufpate Alfreds und ließ von Krupp U-Boote bauen. Hitlers Panzer entstammten der Essener Großwaffenschmiede. Die Engländer zerbombten denn auch die Krupp'schen Werke nach Kräften.

Krupp war unter der Führung des Generalbevollmächtigten Berthold Beitz früher als andere im Geschäft mit der Sowjetunion tätig. Der Dreiteiler webt die verschiedenen Komponenten des Phänomens Krupp ineinander und erzählt damit eine weite Strecke deutscher Geschichte im 20. Jahrhundert.

Das Publikum konnte ein öffentlich-rechtliches Qualitätsprogramm sehen: eine facettenreiche Mutter-Sohn-Beziehung, eine fesselnde Familien-story und konzentrierte Augenblicke fiktionalisierter deutscher Historie.



**Claudia Tronnier**

## Das kleine Fernsehspiel – Nachwuchsredaktion mit Zukunft

Die Entdeckung und der Aufbau von Talenten sind die Kernaufgabe des Kleinen Fernsehspiels. Seit ihrer Gründung ist die Nachwuchsredaktion des ZDF dafür zuständig, das gesamte Programm mit frischen Ideen zu bereichern. Heute gehören die Talente von damals zu den etablierten Programm-Machern des Hauptprogramms.

Doch welche neuen Impulse braucht das Fernsehen von morgen? Die Diversifizierung der Kanäle und das Internet stellen es vor vollkommen neue Herausforderungen. Gemeinsam mit einer neuen Generation von Kreativen wollen wir das herausfinden. Wir sind offen für Genre-Experimente in unserer *Gefühlsecht*-Reihe, für unterschiedliche nonfiktionale Erzählformen in unserer Dokumentarfilmreihe *100%Leben*, und wir erkunden die neuen Möglichkeiten des Internets.

Dabei setzen wir, ganz wie die Filmmacherinnen und Filmmacher selbst, auf das Zusammenspiel von Neuem und Erprobtem, um den Zuschauer fantasievoll zu unterhalten.

### **Gefühlsecht – Junge deutsche Filme 2009**

In diesem Jahr lief die Nachwuchs-Reihe mit jungen deutschen Spielfilmen in der Zeit vom 16.

August bis zum 14. September. In sieben Erstausstrahlungen waren zahlreiche neue Talente zu entdecken.

Der Startfilm »Selbstgespräche« von André Erkau eröffnete die Talentshow. Die in einem Callcenter spielende Komödie voller Wortwitz lässt gestandene Schauspieler wie August Zirner im Ensemble mit Nachwuchsdarstellern wie Antje Widdra und Johannes Allmayer bravourös agieren. Dafür gab es den Max Ophüls Preis.

Das Debüt »Was wenn der Tod uns scheidet« von Ulrike Grote wurde am Montag, dem 31. August um 20.15 Uhr gesendet. Das gefühlvolle Krankenhausdrama konnte sich schon als *Fernsehfilm der Woche* bewähren. Auch hier spielt ein prominentes Ensemble zusammen mit Nachwuchsdarstellern: Neben Monica Bleibtreu in einer ihrer letzten Rollen Ulrich Noethen, Janna Striebeck und Naomi Krauss. Sowohl André Erkau als auch Ulrike Grote wechselten vom Schauspielfach zur Regie.

In dem mutigen Generationenfilm »Schwesterherz« zeigten sich die Schauspielerinnen Heike Makatsch und die Romanautorin Johanna Adorján



August Zirner und Maximilian Brückner in »Selbstgespräche«

»Was wenn der Tod uns scheidet«:  
Peter Jordan und Monica Bleibtreu



offen für neue Berufungen und schrieben gemeinsam ihr erstes Drehbuch.

Alle sieben Filme der Reihe behandeln zeitgenössische Themen und proben den spielerischen Umgang mit Genre-Elementen. Newcomer und Etablierte spielen zusammen, Regisseure und Autoren bereichern ihre Filme mit Erfahrungen aus anderen Disziplinen. So erhalten die Filme der diesjährigen *Gefühlsecht*-Reihe ihr unverwechselbares Gesicht.

Viele Talente der letztjährigen *Gefühlsecht*-Reihen haben ihren Weg zu den Formaten ins Hauptprogramm gemacht, zum Beispiel als Autoren und Regisseure bei »KDD – Kriminaldauerdienst«, »Kommissar Stolberg«, »Ein Fall für zwei«, »Wilsberg« oder dem *Fernsehfilm der Woche*. Auch einige Namen der neuen Talente wird man sich merken müssen.

### **100%Leben – Die Dokumentarfilmreihe im Kleinen Fernsehspiel**

Der Faktor Zeit spielte eine große Rolle in unserer diesjährigen Dokumentarfilmreihe *100%Leben*. Zeit ist ein Luxus, auch und gerade für Filmemacher. Es ist daher etwas Besonderes, dass gleich sieben zum Teil preisgekrönte Produktionen von Regisseurinnen und Regisseuren zu sehen waren, die ihre Protagonisten über besonders lange Zeiträume – teilweise mehrere Jahre – begleitet haben.

In »Henners Traum – Das größte Tourismusprojekt Europas« folgt Klaus Stern zweieinhalb Jahre einem Bürgermeister bei dem Versuch, in der regnerischen nordhessischen Provinz eines der größten Ferienresorts weltweit anzusiedeln. Stern schuf ein erhellendes und amüsantes Lehrstück über hochfliegende Ambitionen und harte Landungen.

Oder »Rich Brother«: Ebenfalls über zwei Jahre begleitete Insa Onken »Ben, den Löwen« auf

seinem Weg zum Boxtitel. Sie zeigt die Welt eines jungen Afrikaners, der für seine Familie den Traum von Europa erfüllen soll. Der Ausweglosigkeit des Asylheims in Deutschland kann er aber nur durchs Boxen entkommen.

Weitere Filme umfassen sogar Perioden von über zehn Jahren, wie die Langzeitdokumentationen »Ich geh jetzt rein ...« von Aysun Bademsoy, über eine Clique deutsch-türkischer Fußballerinnen oder »Auf halbem Weg zum Himmel« von Andrea Lammers und Ulrich Miller, der sich mit der Aufarbeitung eines Massakers in Guatemala beschäftigt.

Gerade in einer schnelllebigen Zeit nehmen sich unsere Nachwuchsregisseure Zeit. Zeit, um zunehmend komplexe Sachverhalte zu erklären, ihren Protagonisten nahe zu kommen und moderne Dokumentarfilme zu machen.

### **Die Onlineprojekte des Kleinen Fernsehspiels**

Durch die Digitalisierung eröffnen sich unserer Arbeit neue Möglichkeiten, ein junges Publikum anzusprechen, mit ihm zu kommunizieren und seine Anregungen in die Programmarbeit einzubeziehen.

Mit unserem Onlinewettbewerb *Talentprobe@DaskleineFernsehspiel* riefen wir zur Einreichung



*Talentprobe@DaskleineFernsehspiel*, ein Wettbewerb für junge Regisseure

»Auf halbem Weg zum Himmel«:  
Betroffene eines Massakers

»Henners Traum – Das größte  
Tourismusprojekt Europas«, aus-  
gezeichnet mit dem Hessischen  
Filmpreis



von Kurzfilmen ganz junger Nachwuchsregisseurinnen und -regisseure auf. Wir erhielten 173 Einreichungen aus allen Genres. Im Januar 2009 präsentierten wir 25 ausgewählte Kurzfilme in der ZDFmediathek. Die User konnten sie dort bewerten und kommentieren. Neben einem Publikumsfavoriten ermittelte eine Fachjury, darunter Andreas Schmidt, Katinka Feistl und Alice Dwyer, drei weitere Preisträger. Die vier Gewinnerfilme wurden auf dem Sendetermin des Kleinen Fernsehspiels im Mai 2009 ausgestrahlt.

Die Initiative Talentprobe@DaskleineFernsehspiel entstand in enger Zusammenarbeit zwischen dem Kleinen Fernsehspiel und der Zentralredaktion Neue Medien.

Diese erfolgreiche Kooperation haben wir mit einer neuen Form der Ausschreibung fortgesetzt. Unter dem Titel »Bodybits – Analoge Körper in digitalen Zeiten« suchten wir nach Projektideen, die

sich mit dem veränderten Körper- und Identitätsbild in unserer digitalen Zeit auseinandersetzen. Am Ende wollten wir fünf vollfinanzierte Filme in Auftrag geben.

Wir erhielten 120 Einreichungen, die zusammen mit den Bewerbungsvideos online gestellt und der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden. Erstmals wurde so der gesamte redaktionelle Auswahlprozess transparent gemacht. Gleichzeitig hatten die User die Möglichkeit, mit ihrem Voting Einfluss zu nehmen. Die Entstehung der fünf ausgewählten Ideen werden wir 2010 weiter online begleiten und den Nachwuchsregisseurinnen und -regisseuren prominente Paten als Experten zur Seite stellen.

Wir hoffen, dass auf diese Weise wieder fünf Produktionen entstehen, die dem gesamten Programm in den nächsten Jahren neue Impulse geben können.



»Bodybits – Analoge Körper in  
digitalen Zeiten«



## Anmerkungen zur ersten bemannten Mondlandung vor 40 Jahren

Am 20. Juli 1969 wirbelte die US-Landefähre »Eagle« kurz vor dem Touchdown viel Staub auf – auch in symbolischer Hinsicht. Einige Stunden später betraten mit Neil Armstrong und Buzz Aldrin die ersten Menschen den Erdtrabanten und markierten die größte Zäsur der Kulturgeschichte, ja, die bisherige größte Zäsur in der Wissenschafts- und Technikgeschichte überhaupt. Während viele so genannte historische Ereignisse in 1000 Jahren längst wieder in Vergessenheit geraten sein werden, wird die erste Apollo-11-Mission auch nach dem Jahr 2969 in lebhafter Erinnerung bleiben, weil sie, langfristig gesehen, den Aufbruch der Menschheit ins All symbolisiert. Und: weil sie ein Medienereignis war, an dem Milliarden Menschen live Anteil nahmen. Nie zuvor – und auch nicht danach – waren so viele Menschen über so viele Stunden gefesselt von unscharfen, verrauschten Bildern, von teilweise kaum verständlichen Kommentaren, um das einzigartige Ereignis mitzuerleben.

Die erste Mondlandung avancierte – im unzulässigen Superlativ formuliert – zum »historischsten« Ereignis in den Annalen der Menschheitsgeschichte. Keine andere geschichtliche Begebenheit wirkte so nachhaltig, markierte eine derart tiefe positive und zugleich breite Zäsur. Selbst die Entdeckung Amerikas durch Christoph Columbus 1492, für sich gesehen natürlich ein singuläres historisches Ereignis, aber global betrachtet, eben nur eine Wiederentdeckung eines Kontinents, den schon Jahrhunderte zuvor unbekannte Seefahrer mehrfach frequentierten, kann mit der Apollo-Mission 11 nicht konkurrieren. Denn vor 40 Jahren betraten Menschen im wahrsten Sinne des Wortes erstmals »Neuland«. Sie setzten ihre Füße auf einen außerirdischen »Kontinent«, den keiner zuvor je betreten hatte. Der Mensch verließ erst-

mals die Erde, betrat einen fremden Himmelskörper und sah seine Heimatwelt mit eigenen Augen – als funkelnden blauen Smaragd. Selbst der erste Mars-Astronaut, der in naher Zukunft durch den Staub des Roten Planeten waten, wird mit Armstrongs Schritten nicht Schritt halten können. Aus historischer Perspektive wird selbst die erste bemannte Mars-Mission im Schatten der Mondlandung stehen.

Gewiss, der 20. Juli 1969 (21. Juli 1969, 3.56 Uhr MEZ) hat, retrospektiv gesehen, keineswegs den Sprung der Menschheit in ein neues Raumfahrtzeitalter eingeleitet, den Neil Armstrong mit seinem geflügelten Wort vom kleinen Schritt für einen Menschen so pathetisch beschworen hatte. Schließlich währte das Mondabenteuer nur dreieinhalb Jahre, hüpfen im Zeitraum von Juli 1969 bis Dezember 1972 im Rahmen sechs verschiedener Missionen gerade einmal zwölf Menschen auf dem Erdtrabanten. Seit nunmehr knapp 37 Jahren bestaunte keine Menschenseele mehr den tiefschwarzen Mondhimmel. Keiner erblickte die bizarre, von Kratern durchzogene, wüstenartige Landschaft, den fein mehligem Sandstaub und das fremdartig hellstrahlende Sonnenlicht mit eigenen Augen.

Während die sowjetische Sputniksonde 1957 das unbemannte und der Kosmonaut Juri Gagarin 1961 das bemannte Raumfahrtzeitalter einleiteten, begann aus heutiger Sicht mit der Apollo-11-Mission mitnichten irgendeine neue Raumfahrtära. Die Apollo-Missionen ebneten weder den Weg zu einer permanent bemannten Mondbasis noch erwiesen sie sich als das erhoffte Sprungbrett zum Mars. Im Gegenteil – die Mond-Missionen symbolisierten den Beginn der großen Krise der bemannten Raumfahrt. Sie führten allen Enthusi-



Harald Lesch

asten unvermissverständlich vor Augen, was technisch machbar ist, wenn der Wille die tragende Säule einer Idee ist – und was eben nicht realisierbar ist, wenn die erste Begeisterung verfliegt und die finanziellen Ressourcen versiegen, weil irdische Probleme den Blick auf das Außerirdische verstellen.

Als sich am 12. Dezember 1972 Eugene Cernan vom Mond verabschiedete, konnte zu diesem Zeitpunkt noch keiner ahnen, dass er der letzte Mensch des 20. Jahrhunderts sein sollte, der seinen Fuß auf einen fremden Himmelskörper setzt und das amerikanische bemannte Raumfahrtprogramm so schnell auf Nimmerwiedersehen im Haushaltsloch der NASA verschwinden würde.

Zugegeben, der wissenschaftliche Ertrag der sechs erfolgreichen bemannten Apollo-Mondlandungen wurde erst 20 Jahre nach der ersten Landung gewürdigt. Ihre Gesteinsproben erwiesen eindeutig den Ursprung des Mondes aus einem Zusammenstoß der Urerde mit einem Körper, doppelt so schwer wie der Mars. Hinzu kam, dass das Interesse der Bevölkerung von Apollo-Mission zu Apollo-Mission schwand. Nur das Drama der Apollo-13-Mission, die für alle drei Astronauten hätte durchaus tödlich enden können, hielt die Welt noch einmal in Atem; danach wurde es sukzessive still um die bemannte Raumfahrt. Der Reiz des Neuen war dahin – der Mond als Reiseziel

seiner Faszination entledigt. Nur einige blecherne Forschungs sonden verewigten sich auf dem Erdtrabanten – in Gestalt von kleinen Kratern. Seither ist der Mond ein verwaister Satellit der Erde. Die bemannte Raumfahrt zog sich in den Erdborbit zurück, wo sie bis heute verblieben ist.

Frühestens in der nächsten Dekade werden Menschen dem Mond erneut die Aufwartung machen; dann höchstwahrscheinlich keine Amerikaner, sondern eher Chinesen. Das »Space Race« um den Mond geht in die nächste Runde. Dieses Mal begnügen sich die Mondreisenden aber nicht mehr allein mit Gesteinsproben. Ihr Interesse gilt dann vielmehr einer permanent besetzten Mondstation und den hiesigen beträchtlichen Rohstoffvorkommen, die später einmal zu lunaren Exportschlagern avancieren sollen.

### Langfristig die größte Zäsur aller Zeiten

Wenn unsere Nachkommen die heutige Diskussion über den Sinn und Unsinn der bemannten Raumfahrt nur noch mit einem milden Augurenlächeln quittieren und die Apollo-11-Mission Jahrhunderte zurückliegt, wird ihre historische Bedeutung umso größer sein. Denn je tiefer der Homo sapiens sapiens ins All vordringt, desto mehr rücken seine historischen Wurzeln ins Bewusstsein. Als Christoph Columbus 1492 den amerikanischen Kontinent betrat, konnte er sich ebenso wenig ein Bild über die Folgen seiner



Der erste Mensch betritt den Mond



Der »blaue Planet«, aus der Ferne betrachtet

Entdeckung machen wie wir heute über jene der ersten bemannten Mondmission. Columbus' Schritte auf dem neuen Land hatten radikale Konsequenzen – sowohl für Europa als auch im Besonderen für die Ureinwohner. So werden die Historiker der Zukunft Armstrongs ersten Schritten fraglos eine noch größere Bedeutung zuschreiben als uns heute bewusst ist.

Erst wenn der Mensch – angetrieben von der unversiegbaren Quelle »Neugier«, beflügelt von wissenschaftlichem Erkenntnisgewinn und motiviert von ökonomisch-ökologischen Zwängen (Überbevölkerung, Ressourcenknappheit) – den Sprung weg vom Orbit ins All wagt, den Mond und Mars besiedelt sowie erste interstellare Sonden entsendet, wirkt die historische Dimension der Apollo-Mission unmittelbar.

Mag sein, dass gegenwärtig viele Menschen rund um den Globus von dem 40. Jahrestag der ersten Mondlandung Notiz nehmen; feiern und entsprechend würdigen werden ihn dagegen nur wenige. Dies wird späteren Generationen vorbehalten bleiben. Es werden vor allem jene sein, für die die bemannte Raumfahrt so selbstverständlich ist wie für uns die Fortbewegung via Flugzeug. Sie mögen vielleicht auf dem Mond oder Mars leben

und wie einst die Apollo-Astronauten die Erde als blauen Smaragd bewundern.

Müssten diese in 1000 Jahren jedoch einmal davon Zeugnis ablegen, welches Ereignis in den Annalen der Menschheitsgeschichte das in ihren Augen oder Sensoren (es könnten ja auch Roboter sein) bedeutsamste ist, werden sie unter Garantie die erste Mondmission zur Sprache bringen. Moon-Hoax wird dann längst vergessen sein. Die erste Mondmission vom Juli 1969 jedoch nicht, weil sie 3009 ein unmittelbarer Teil allgegenwärtiger Geschichte ist. Ein Teil der Geschichte des »Homo sapiens«.

40 Jahre nach dem ersten Schritt auf den Mond hat die Redaktion Naturwissenschaft und Technik in zweieinhalb Stunden Sendezeit den Weg dorthin nachgezeichnet. Nicht allein die technischen Entwicklungen haben den Weg geebnet, zumindest ebenso bedeutsam waren Pioniergeist, Risikobereitschaft und Machtstreben. Wissenschaft geschieht nicht isoliert im »Elfenbeinturm« von Forschungseinrichtungen. Sie dient der Gesellschaft, wird genutzt, wird gelegentlich instrumentalisiert. Dies zu beleuchten ist spannend, ist wichtig, und Wissenschaftssendungen sind dazu ein hervorragendes Instrument. Auch in der Zukunft.



**Marita Hübinger**

## »Die Vorleser« sind da! Literatur im ZDF

Mit der neuen Büchersendung »Die Vorleser« tritt das ZDF quasi gegen sich selbst an. Gegen die Legende des »Literarischen Quartetts«, gegen die Erfolge von »Lesen!«, begleitet von hohen Erwartungen der Zuschauer und der Bücherbranche gleichermaßen. Das hat man davon, wenn man seit über zwei Jahrzehnten Büchersendungen auf den Bildschirm bringt, die stets zu Marktführern ihres Genres geworden sind. Das ZDF, selbstbewusst darf es hier vermerkt werden, hat sich immer wieder hohe Maßstäbe in der Vermittlung von Literatur im Fernsehen gesetzt, mit Erfolg. Das Betriebsgeheimnis dieser Erfolge liegt vor allem an der Glaubwürdigkeit und der fachlichen Expertise der jeweiligen Moderatoren. Dazu muss die Lust zu spüren sein, Leseerlebnisse mit den Zuschauern zu teilen, sie teilhaben zu lassen an kontrovers geführten Debatten, die vor klaren und nachvollziehbaren Urteilen nicht zurückschrecken.



**Werner von Bergen**

Nach einem Quartett und einem Solo begrüßt nun ein Duo die Fernsehzuschauer: Die beiden »Vorleser« Amelie Fried und Ijoma Mangold geben seit dem 10. Juli 2009, dem Tag der lang erwarteten Premiere, den literarischen Ton im ZDF an und ihre Lektüretipps ab. Und in jeder Sendung erweitern sie mit einem bekannten und lesehungrigen Gast zeitweilig das Duo zum Trio. Die bisherige Riege der Gäste kann sich sehen lassen: Die Schauspieler Walter Sittler und Rufus Beck, der wohl prominenteste Vorleser der Nation, der Harry Potter kongenial eingelesen hat, sowie Sebastian Koch, mit dem Stasi-Drama »Das Leben der Anderen« Oscar-geehrt, oder der Filmregisseur Volker Schlöndorff, der mit der »Blechtrummel«-Verfilmung ebenfalls Oscar-Ehren erfuhr. Es wird immer sehr persönlich und sehr emotional, wenn die Gäste ihr Lieblings-, ja, ihr Lebensbuch emp-

fehlen. Und das in maritim-großstädtischem Ambiente. Die Gastgeber laden ein in das Ehemalige Hauptzollamt des Hamburger Hafens am Eingang der Speicherstadt, ganz nah am Wasser, zwischen der Hamburger City und den legendären Backstein-Speicherhäusern. Tradition und Aufbruch, Selbstbehauptung und Weltoffenheit mischen sich an diesem Ort, an dem in früheren Zeiten die Waren sorgfältig begutachtet und taxiert wurden. Statt Pfeffersäcke nun allerdings Bücher. Schöne Aussichten für »Die Vorleser« und ihre mitleisenden Zuschauer im Studio und zuhause. Amelie Fried und Ijoma Mangold sprechen sechs Mal im Jahr am Freitagabend über aktuelle Bücher, die das Leben bereichern und unsere Sicht auf die Welt erweitern, bisweilen auch über wieder aufgelegte Titel, die es wert sind, noch einmal neu gelesen zu werden. Beide sind bekennende Vielleser und professionell mit der Literaturbranche verbunden. Amelie Fried ist eine erfolgreiche Schriftstellerin, die das Innenleben des Marktgeschehens aus eigener Anschauung genau kennt, sie ist eine beliebte und bekannte Moderatorin, die nach vielen Jahren in das ZDF zurückgekehrt ist. Unvergessen ihre erfrischende Gesprächsleitung etwa bei der ZDF-Talkshow »live«. Ijoma Mangold ist ein neues Gesicht im Fernsehen, eine Entdeckung. Der stellvertretende Feuilletonchef der *ZEITUNG* ist noch keine 40 Jahre alt und hat sich doch längst einen Namen als urteilssicherer Literaturkritiker und Juror etwa beim Ingeborg-Bachmann-Preis in Klagenfurt oder dem Deutschen Buchpreis gemacht. Beiden Moderatoren ist es ein Anliegen, die Zuschauer mit der ganzen Bandbreite unserer Bücherwelt bekannt zu machen. Ob »hoch« oder »tief«, E oder U, heiter oder ernst, ob bekannt oder abseitig, Belletristik oder Sachbuch, Best- oder Lowseller: Keine Scheuklappen sollen den Blick auf die Literaturlandschaft verstellen. Mit den

althergebrachten Kategorien, die sich vor allem in Deutschland, dem Land der elitären Klassiker-Anbetung, zementiert haben, können und wollen unsere beiden Vorleser nichts anfangen. Was zählt, ist Qualität im jeweiligen Genre, Erkenntnis, Relevanz, Spannung.

Im Vorfeld der Premiere wurden der Redaktion im ZDF und den beiden Moderatoren viele Fragen gestellt. Besonders häufig befragt wurde der Titel mit seiner gewiss nicht unbeabsichtigten Vieldeutigkeit. »Die Vorleser«: Hat das etwas mit Bernhard Schlinks Erfolgsbuch zu tun? Oder: Wird in der Sendung vorgelesen? Nein, »Die Vorleser« haben nichts mit dem bemerkenswerten Schlink'schen *Der Vorleser* zu tun. Vorgelesen werden allenfalls kurze Zitate aus den zu besprechenden Büchern. Amelie Fried und Ijoma Mangold verstehen sich vielmehr als Vorkoster, als Tester aktueller Neuerscheinungen oder wieder aufgelegter Klassiker. Als Vor-Leser, die ein bisschen Ordnung in die Bücherstapel bringen möchten, die jeweils im Frühjahr und im Herbst von den Verlagen aufgetürmt werden.

Ob die von den »Vorlesern« gelobten Titel wohl in die Bestsellerlisten springen? Den von Moderatoren und Redaktion lange diskutierten und sorgfältig ausgesuchten Büchern sei es von Herzen zu gönnen. Und der Relevanz der Sendung wird es nicht schaden, wenn die Zuschauer am Tag nach der Ausstrahlung ihre Buchhandlungen aufsuchen oder online herumstöbern. Dennoch, ein verlängerter Arm des Bücherbusiness möchten wir nicht sein, dürfen es auch gar nicht. Aber über jede Leserin und über jeden Leser, der durch die Tipps der Sendung zu neuer Begeisterung am Buch findet, freut sich die Mannschaft der »Vorleser«. Amelie Fried und Ijoma Mangold sind bereit, die aufregenden, mitunter fremdartigen, ja, bisweilen beängstigenden Welten, in die wir beim Lesen eintauchen können, unseren Zuschauern als genussvolle Anregung zu präsentieren. Fried

und Mangold, zwei Menschen, zwei Meinungen. Bei den »Vorlesern« kommt der Diskurs, die Kontroverse nicht zu kurz. Und wenn es sein muss, dann wird auch ein Verriss für Klarheit sorgen.

»Fernsehen macht Dumme dümmer und Kluge klüger«. Diese etwas gemeine These aus der Medientheorie ist immer mal wieder gerne von Marcel Reich-Ranicki aufgegriffen worden. Der Literaturpapst, der mit dem »Literarischen Quartett« im ZDF Fernsehgeschichte geschrieben hat, ist ein Meister der provokanten Zuspitzung, doch wir im ZDF schließen uns selbstverständlich höchstens dem zweiten Teil der These an. Klüger werden vor dem Bildschirm? Ja, warum denn nicht? Und dies vor allem, wenn es um Literatur im Fernsehen geht. Leseförderung steht seit jeher auf dem Programm. So gibt es nun schon seit 30 Jahren den renommierten »aspekte«-Literaturpreis für deutschsprachige Debüts, den zum Beispiel einst die Literaturnobelpreisträgerin Herta Müller erhielt und sie vor den Drangsalierungen der rumänischen Securitate schützen konnte. Das ZDF-Kulturmagazin »aspekte« hat zudem vor über 20 Jahren das »Literarische Quartett« erfunden. Mit »Lesen!« und Elke Heidenreich konnte das ZDF dann erneut beweisen, wie erfolgreich und mitreißend eine Büchersendung sein kann – mehrfach preisgekrönt, unerreicht die Bestsellerlisten über fünf Jahre maßgeblich mitbestimmend. Gemeinsam mit der Stadt Mainz und 3sat richtet das ZDF



»Die Vorleser« Ijoma Mangold und Amelie Fried mit ihrem Gast Walter Sittler

seit 25 Jahren den Mainzer Stadtschreiberpreis aus, den es für das Lebenswerk renommierter deutschsprachiger Schriftstellerinnen und Schriftsteller gibt. Mit der Stiftung Lesen unterstützt das ZDF den Welttag des Buches, zusammen mit dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels übertragen wir alle zwei Jahre die Verleihung des wichtigsten Kulturpreises, den unser Land zu vergeben hat, den Friedenspreis des Deutschen Buchhandels live aus der Frankfurter Paulskirche. Das »Blaue Sofa« ist seit vielen Jahren ein Markenzeichen des ZDF geworden, auf den Buchmessen in Leipzig und Frankfurt am Main drängt sich die schreibende Prominenz auf dem berühmten Möbelstück zu amüsanten und informativen Gesprächen. Die größte Leseaktion ist dem ZDF im Jahr 2004 gelungen. »Unsere Besten – Das große Lesen« suchte nach den Lieblingsbüchern der Deutschen. Und 250 000 Menschen haben

sich an der Wahl beteiligt. Mit fast vier Millionen Zuschauern konnte die große Abschlussendung mit dem Countdown der beliebtesten 50 Titel ein Rekordergebnis erzielen. So erfolgreich war keine andere Literatursendung je in Europa.

Nun also »Die Vorleser«. Kein Rankingformat, aber es geht doch vor allem um Lieblingsbücher, um Spitzenwerke, um Leseleidenschaften. Das ZDF bietet sich erneut als Navigator durch die unübersichtlich große Bücherwelt an. Mit Amelie Fried und Ijoma Mangold konnten zwei kundige Gastgeber verpflichtet werden, die undogmatisch und unbestechlich im Einsatz sind. Um Bücher zu finden, die man unbedingt gelesen haben muss, die uns bewegen und in Atem halten. Schließlich passt alles, was Menschen zu erzählen haben, was menschlich und menschenmöglich ist, zwischen zwei Buchdeckel.

## Weltensammler, Menschenforscher, Gipfelstürmer Von Gabriele Wohmann bis zu Monika Maron – 25 Mainzer Stadtschreiber

25 Jahre sind im Fernsehen, wie im Leben, eine halbe Ewigkeit. Es scheint, dass wir vor einem Vierteljahrhundert in einer anderen Welt gelebt haben. Und doch: Einer der wichtigsten deutschsprachigen Literaturpreise feiert ewig frisch und herausfordernd sein silbernes Jubiläum, der Mainzer Stadtschreiberpreis. 1984 haben sich ZDF, 3sat und die Stadt Mainz zusammengetan, um einen Literaturpreis zu verleihen. Der damalige Leiter der »ZDF-Matinee«-Redaktion, Hajo Schedlich, verbündete sich mit dem damaligen Mainzer Kulturdezernenten Anton Maria Keim. Die Partner hatten erkannt, dass es eine wichtige öffentliche Aufgabe ist, der deutschsprachigen Literatur im boomenden Fernsehzeitalter große Aufmerksamkeit zu verschaffen. Gerade war das Privatfernsehen gegründet worden, von »Dschungelcamp« und »DSDS« war allerdings noch keine Rede. Und so klang es feierlich in den Richtlinien des Preises: »In einer Zeit, in der sich durch Kabel und Satellit das Fernsehen immer weiter ausbreitet, muss es zu seinen vornehmsten Aufgaben, ja, Verpflichtungen gehören, auf die Einmaligkeit unserer Sprache als einzig unverzichtbares Medium hinzuweisen, um der Sprachverflachung mit der gezielten Pflege unserer Sprache zu begegnen.«

### Abenteuer Filmemachen

Längst sind wir in der digitalen und globalisierten Welt gelandet, die Medienlandschaft hat sich

radikal verändert, doch der Preis und seine Absicht sind so aktuell geblieben wie damals vor 25 Jahren. Zum Jubiläum sind die Preis-Statuten behutsam auf den aktuellen Stand gebracht worden. Jetzt heißt es positiv-programmatisch: »Wir möchten den Reichtum unserer Sprache bewahren und fördern. Durch Bildungsdefizite und mangelnde Kommunikation droht unsere Gesellschaft sprachloser zu werden. Darum wollen wir auch mit den Mitteln des Fernsehens zur Bereicherung und Weiterentwicklung unserer bedrohten Sprache beitragen.«

Der Mainzer Stadtschreiberpreis ist mit einem Preisgeld von 12 500 Euro dotiert und bietet dazu eine extra eingerichtete Dienstwohnung im Renaissanceflügel des Mainzer Gutenberg-Museums an, mittlerweile mit Internetanschluss und DVD-Player. Es ist erwünscht, dass sich die Preisträger möglichst regelmäßig in der Dachwohnung mit romantischem Domblick aufhalten. Und für die Mainzer Bürger da sind. Hanns-Josef Ortheil erfand für sie eine Stadtschreiber-Zeitung, Ilija Trojanow kümmerte sich um jugendliche Schreiberlinge, diskutierte mit Trainer-Star Jürgen Klopp und schrieb sogar mit dem indischen Autor Ranjiv Hoskote ein Buch über die Weltkulturen.

Patrick Roth und Michael Kleeberg trafen Kardinal Karl Lehmann zu öffentlichen Gesprächen, Sarah



Werner von Bergen



Die Stadtschreiber in historischer Reihenfolge: Gabriele Wohmann (1985), H.C. Artmann (1986), Ludwig Harig (1987), Sarah Kirsch (1988), Horst Bienek (1989) und Günter Kunert (1990)

Helga Schütz (1991), Katja Behrens (1992), Dieter Kühn (1993), Libuše Moniková (1994), Peter Härtling (1995) und F. C. Delius (1996)



Kirsch dichtete im Garten des Kulturdezernenten, und alle Stadtschreiber sprachen ausgiebig den Weinen der Region zu – und zu den Mainzerinnen und Mainzern auf zahlreichen Lesungen.

Was den Preis einmalig und ihn für Autoren der ersten Garde besonders reizvoll macht: Die jeweiligen Stadtschreiber nehmen an einem bis heute ungewöhnlichen und aufregenden Experiment teil. Sie wechseln für einige Zeit ihren Beruf und werden zu Filmemachern. Denn zusammen mit dem ZDF produzieren die Preisträger eine Dokumentation nach freier Themenwahl. Deutschsprachige Literaten lassen sich auf das bisweilen von ihnen argwöhnisch beäugte Fernsehmedium ein.

Die bisherigen 25 Träger des Mainzer Stadtschreiberpreises haben alle höchst originelle Zugänge zu ihrem Thema gefunden. Mit ganz unterschiedlichen Temperamenten hergestellt, hatten die Filme, die »Elektronischen Tagebücher«, alle eine faszinierende, unverwechselbare Handschrift. Über ihre Abenteuer berichten die Schriftsteller zudem alljährlich in einer Stadtschreiber-Sonderausstrahlung in 3sat.

### Schriftsteller mit großem Namen

Die erste Preisträgerin hieß 1985 Gabriele Wohmann, sie setzte die Maßstäbe. Es folgten der Österreicher H.C. Artmann und deutsche Autorinnen und Autoren wie Ludwig Harig, Sarah Kirsch, Horst Bienek, Günter Kunert, Helga Schütz, Dieter Kühn und Peter Härtling. Der Schweizer Peter Bichsel drehte im Zug, Katja Behrens in Israel, Libuše Moniková reiste nach Grönland, F. C. Delius weckte in Schweden Kurt Tucholsky aus seinem ewigen Schlaf auf, Erich Loest reiste auf Karl Mays Spuren nach Ägypten, Tilman Spengler auf den kriegerischen Balkan. Hanns-Josef Ortheil, der gleich zwei Mal als Stadtschreiber amtierte, nachdem Brigitte Kronauer den Preis zurückgegeben hatte, reiste nach Rom, Venedig und Prag auf den Spuren seiner Werke, Katja Lange-Müller nach Amerika zum Malerfreund Kedron Barrett, der Schweizer Urs Widmer wanderte von den Gipfeln der Alpen bis zum Mainzer Dom.

Sten Nadolny musste krankheitshalber auf seinen Film verzichten, dafür suchte der Österreicher Raoul Schrott in Deutschland Orte mit den Namen Himmel und Hölle auf. Was einstmals ein spiele-

Peter Bichsel (1997), Erich Loest (1998), Tilman Spengler (1999), Hanns-Josef Ortheil (2000 und 2001), Katja Lange-Müller (2002) und Urs Widmer (2003)







Raoul Schrott (2004), Sten Nadolny (2005), Patrick Roth (2006), Ilija Trojanow (2007), Michael Kleeberg (2008) und Monika Maron (2009)

risches Experiment war, wenn Schriftsteller das Medium wechseln, ist heute keinesfalls anachronistisch geworden, im Gegenteil. Allein die Filme der letzten Mainzer Stadtschreiber zeigen, welche Bereicherung ihre Arbeit für das Kulturprogramm des ZDF ist. Patrick Roths unverbrauchter Blick auf die Doppelbödigkeit Hollywoods, Ilija Trojanows ergreifende Zeugen, die erstmals im Fernsehen über die Verbrechen der kommunistischen Herrscher in Bulgarien berichteten, Michael Kleebergs tiefe Einblicke in den Libanon und auf die Bruchlinien des Nahen Ostens haben uns den anderen Blick beschert, die andere Perspektive, wie sie nur im öffentlich-rechtlichen Fernsehen, wie sie exklusiv im ZDF zu sehen ist.

Und dann Monika Maron, die 25. Mainzer Stadtschreiberin. Die Chronistin deutsch-deutscher Erinnerungen macht sich in ihrem Film noch einmal auf nach Bitterfeld. Der Stadt, die einst als dreckigster Ort Europas bezeichnet wurde und heute eine neue Blüte als Metropole der Solarindustrie erlebt. Dort, wo ihr erster, berühmter Roman *Flugasche* spielte, der in der DDR wegen der drastischen Darstellung einer verfehlten Umweltpolitik nicht erscheinen durfte. Monika Maron schaut nach vorne und zurück. Eine Reise in die deutsche Provinz, eine aufschlussreiche Dokumentation, wie es der Zufall so will, im 20. Jahr des Mauerfalls. Das Abenteuer Mainzer Stadtschreiberpreis, es geht weiter.



Peter Arens

## Der Mann aus der Pfalz Eine Charakterstudie als großer Fernsehfilm

Unser Interesse an einem besonderen Filmporträt über den Kanzler der Einheit Helmut Kohl begann nach der Veröffentlichung des ersten Bands seiner Erinnerungen im Jahr 2004. Reportagen und Dokumentationen über den Regierungschef Helmut Kohl hatte es in den Jahren zuvor einige gegeben. Wir wollten ein anderes Bild des Politikers und des Menschen Helmut Kohl zeichnen. Etwa zur gleichen Zeit lernte der Dokumentarfilmer Thomas Schadt den Bundeskanzler bei einer Feier zu Ehren des langjährigen Bonn-Korrespondenten der *Rheinpfalz*, Klaus Hofmann, kennen. Gemeinsam mit dessen Sohn, dem Produzenten Nico Hofmann, trafen Helmut Kohl und Thomas Schadt an jenem Abend eine erste Vereinbarung zu einem umfassenden Filmprojekt, und das ZDF schlug ein.

2006 besuchte Thomas Schadt den Kanzler mehrere Male zu Hause in Oggersheim. Auf Grundlage dieser intensiven Gespräche – hinzu kamen Kohls Schriften, Reden, TV-Auftritte, außerdem Zeitungsartikel und Gespräche mit Zeitzeugen – schrieben Thomas Schadt und Koautor Jochen Bitzer das Drehbuch zu einem Film, der sich auf zwei Zeitachsen konzentrierte: den Aufstieg des jungen Pfälzers zum Ministerpräsidenten von Rheinland-

Pfalz 1969 und das dramatische Jahr 1989, als Kohl um den Erhalt seiner Macht ringen musste und der Fall der Mauer Europa veränderte. Der Film sollte verdeutlichen, wie unaufhaltsam es den jungen Kohl in die (Nachkriegs-)Politik drängte, und wie unmissverständlich er nach Gestaltung und Führung verlangte, erst in der unterschätzten Provinz, dann in Bonn auf nationaler Bühne.

Der junge Kohl, der Krieg, Not und Flüchtlingselend erlebt hat, profiliert sich früh als Lokalpolitiker. Idealistisch, frankophil, europäisch – Kohl ist ein Stürmer und Dränger. Sein Lehrer, Pfarrer Johannes Finck, bescheinigt ihm zwar, das politische Herz am rechten Fleck zu haben, hält ihn aber als Redner und politischen Führer für unreif. Der Film überrascht in der Rückschau mit stimmungsvollen Szenen, die Helmut Kohl in ungewohntem Licht zeigen. Etwa, wenn es der pfälzische Rabauke mit dem Gesetz nicht so genau nimmt und bei Nacht und Nebel die deutsch-französischen Schlagbäume der kleinkarierten Nachkriegswelt beiseite räumt. Oder, wenn er Holzkohle organisiert, um der hübschen Hannelore eine gut beheizte Tanzstunde zu bescheren. Als solch lässigen Draufgänger haben sich wohl nur wenige den jungen Helmut Kohl vorgestellt. Kohl ist ein Rebell, der

Thomas Thieme als Helmut Kohl in seinem Büro im Kanzleramt

Helmut Kohl (Stephan Grossmann) lernt Hannelore (Rosalie Thomass) beim Tanzen kennen





Mitterand (Erick Desmarestz) und Kohl (Thomas Thieme) debattieren über die deutsche Wiedervereinigung

Stephan Grossmann als der junge Kohl

die erstarrte rheinland-pfälzische CDU aufmischt und die Verwaltung eines ganzen Bundeslandes modernisieren wird.

Zeitsprung ins Jahr 1989. Während sich die Lage in der DDR immer weiter zuspitzt und eine wachsende Zahl von DDR-Bürgern gegen die Politik der SED protestiert, durchlebt Kohl politisch und gesundheitlich seine größte Krise. Nach einer Reihe von CDU-Wahlniederlagen wird er ausgerechnet in dem Moment, als sich eine ernst zu nehmende Opposition auch in den eigenen Reihen formiert, von einer schmerzhaften Prostataerkrankung heimgesucht. Doch gute Ärzte und unerschütterliche Disziplin halten ihn wach, und schließlich weiß er den unerwarteten Verlauf der Weltgeschichte in seinen größten politischen Erfolg umzumünzen. Die überraschende Öffnung der ungarischen Grenze, die mit dem Bremer

Parteitag der CDU zusammenfällt, verhilft ihm zum Sieg über seine innerparteilichen Gegner.

Stephan Großmann (junger Kohl) und Thomas Thieme (älterer Kohl) spielen diese historischen Szenen mit großer Überzeugungskraft. Sie treffen als Schauspieler die richtige Entscheidung, indem sie beschließen, Kohl nicht zu imitieren, sondern ihn zu interpretieren. Neben ihrer Schauspielkunst wartet der Film mit einer zweiten Besonderheit auf: Er wird aus der Perspektive des älteren Helmut Kohl erzählt. Indem die Stimme des Schauspielers Thomas Thieme aus dem Off in einem inneren, fiktiven Monolog den Film vorantreibt, kommt der Zuschauer mit den Gedanken und Absichten des Kanzlers in unmittelbare Berührung. Ursprünglich hatten wir an ein Dokudrama gedacht, das die szenischen Passagen mit dem Originalinterview Kohls kombinieren sollte. Als Helmut Kohl der



Stephan Grossmann als Kohl im Jahr 1963

Helmut Kohl (Stephan Grossmann) legt sich mit den »Alten« der Landes-CDU an

Verwendung des Interviews für den Film aber nicht zustimmte – weil er diesen damit autorisiert hätte, was er nicht wollte –, entschieden wir uns für einen fiktionalen Fernsehfilm. Ein Glücksgriff, denn damit erreichte der Film eine innere, ästhetische Geschlossenheit, die einem Dokudrama nicht gelungen wäre.

Helmut Kohl (Thomas Thieme) mit Horst Teltschik (Jürgen Heinrich) und Rudolf Seiters (Erich Krieg) in der Kanzlersuite im Hotel Bellevue in Dresden

Ein Fernsehfilm kann einer Dokumentation auch inhaltlich voraus sein. Er darf sich gestalteter Bilder und erzählter Geschichten bedienen und die entscheidenden Wendepunkte einer Biografie mit eigenen subjektiven, emotionalen Mitteln umsetzen. Mit Zwischentönen, auf die die faktisch-politische Berichterstattung in der Regel verzichten muss. Gerade im Fall Helmut Kohls führt der Fernsehfilm zu einer wesentlichen Blickerweiterung: Es geht nicht allein um eine Chronik der fraglichen Ereignisse, sondern um eine mehr oder weniger stille Psychologie der Macht, ihre Spielformen und Wirkungsweisen, um den obsessiven Kraftaufwand, den ein Staatsmann aufbringen muss, seine Rastlosigkeit und sein Getriebensein. »Der Mann aus der Pfalz« ist eine Charakterstudie über Macht und Einsamkeit, über Vertrauen und Misstrauen, Erfolg und Scheitern, zudem ein Lehrstück politischen Denkens und Handelns. Stellvertretend für die vielen diesbezüglichen Szenen sei der Bremer Parteitag 1989 genannt. Der kranke Helmut Kohl erwehrt sich mit einer strategischen Meisterleistung seiner Kritiker und behauptet seine Macht.

Der Film zeigt, dass Helmut Kohl politische Entwicklungen häufig allein durch seine Persönlichkeit geprägt hat, mit einem intuitiven Sinn für das Praktische und den Gewinn – und für den Menschen auf der Straße. Als am 19. Dezember 1989 vor der Ruine der Frauenkirche in Dresden eine euphorisierte Menge den Kanzler-Namen skandiert, lässt Schadt – in der vielleicht beeindruckendsten Szene des Films – Helmut Kohl am Hotelfenster innehalten. Die Menschen erwarten einen Auftritt



ihres Kanzlers, den dieser nicht vorbereitet hat. Schließlich sagt er sich nach innerem Kampf: »Ich gehe da jetzt raus, spreche als Mann aus dem Volk. Das war schon immer meine Stärke«.

Offen gestanden, gingen wir während der Produktion nicht davon aus, dass »Der Mann aus der Pfalz« bei Öffentlichkeit und Fernsehkritik einhelliges Lob hervorrufen würde. Dafür waren Protagonist und Sujet zu umstritten und war die geschilderte Vergangenheit zu frisch, um nicht mit den eigenen Vorstellungen und Erinnerungsmustern mancher Betrachter zu kollidieren.

Die Resonanz war schließlich überragend, von *BILD* bis *taz*. *Der Spiegel* lobte den Fernsehfilm als ein wegweisendes Beispiel für die »neue Souveränität beim Nachzeichnen historischer Porträts«. Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* befand, durch den künstlerischen Ansatz komme man »der inneren Wahrheit näher als das bislang im Film Dagewesene«. Und die *Süddeutsche Zeitung*, sich der Authentizitätsprobleme historisierender Gegenwartsfilme bewusst, lobte: Man sehe in Kohl einen Mann, »der zweifelt, leidet, sich erinnert«. Und man spüre: »So wird es wohl gewesen sein in jenen Tagen der Jahre 1989/90«.

»So wird es wohl gewesen sein.« Ein besseres Arbeitszeugnis kann einem zeitgeschichtlichen Fernsehfilm kaum ausgestellt werden.

## »logo!« – Alles Gute, Nachrichten! Zum 20. Geburtstag unserer Kindernachrichtensendung

»Ich grüße Euch! Ab jetzt am Nachmittag immer: logo!«. Mit diesen Worten begrüßte Moderator Dirk Chatelain am 9. Januar 1989 die Zuschauer des Kinder- und Jugendprogramms im ZDF. Es war der Startschuss für die regelmäßige, bis heute einzige werktägliche Kindernachrichtensendung in Deutschland: »logo! – Neues von hier und anderswo«.

Die Überlegung von Susanne Müller, der Initiatorin des Projekts, und ihrem damaligen Redaktionsleiter Markus Schächter: Kinder bekommen vieles vom Weltgeschehen mit, können das meiste aber nicht verstehen und einordnen. Kinder haben ein Recht auf Information, das wurde 1989 sogar in der UN-Kinderrechtskonvention verankert. Doch Nachrichten sind für Kinder kaum zu verstehen. Eine extra Nachrichtensendung für Kinder war von daher die folgerichtige Konsequenz.

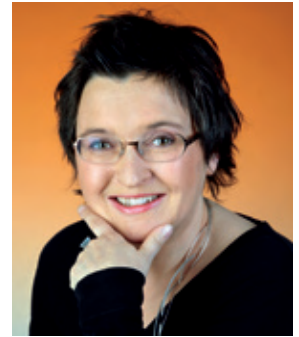
Nicht alle haben in den Anfangsjahren daran geglaubt, dass sich die Kindernachrichten tatsächlich etablieren und »logo!« so erfolgreich werden würde. So warnten Bewahrpädagogen, dass man Kinder vor dem Wissen um das Weltgeschehen zu behüten habe, statt sie damit zu konfrontieren. Eine Haltung, die schon damals umstritten war und angesichts der rasanten Medienentwicklung absurd ist. Kinder informieren sich und sollten altersgerecht informiert werden. Kindgerechte Informationen ermöglicht es ihnen, sich mit einem Thema auseinanderzusetzen. Das bringt emotionale Sicherheit. Ängstliches Verschweigen erzeugt hingegen Ängste.

Aber auch ein Teil der Kolleginnen und Kollegen war skeptisch. »Kinder machen Nachrichten« – das musste sich die erste Generation der »logo!«-Macher schon öfter mal anhören. Ja, klar: Die Re-

daktion bestand nicht nur aus Nachrichtenleuten, sondern aus einem bunten Team mit unterschiedlichem Hintergrund. Aber alle brannten für das Projekt, diskutierten sich die Köpfe heiß um die richtige Erklärform, darum, welche Sprache angemessen sei oder darüber, ob »logo!« parteilich auf der Seite der Kinder stehen dürfe.

Mit »logo!« wurden Direktionsgrenzen überschritten: als Sendung der Programmdirektion wurde (und wird) »logo!« vom Produktionsmanagement der Chefredaktion betreut. Auch das schien so manchem in den Anfangszeiten ein Ding der Unmöglichkeit. Viele Kolleginnen und Kollegen unterstützen das junge Genre tatkräftig. Peter Hahne moderierte die Sendung zu Beginn, Marina Rupert arbeitete wochenweise als Schlussredakteurin, Gerd Helbig schickte wunderbare Stücke aus den USA, mit Hildegard Werth konnte »logo!« ins All fliegen, Frank Hof erklärte, wie Livesendungen funktionieren. Nicht nur in der ersten Stunde gab es prominente Unterstützung. Später kamen von Steffen Seibert Beiträge aus New York, beispielsweise über den damals neuen Trendsport Skateboarden, bei den Winterspielen in Japan stellte Thomas Euting den »logo!«-Reportern Schlafplatz und Hühnersuppe zu Verfügung. Auch heute arbeiten viele Auslandskorrespondenten gerne für die Sendung. Carsten Thureau findet zum Beispiel immer wieder Kinder, die Geschichten erzählen, was perfekt zu »logo!« passt. Alle Kollegen sehen es als Herausforderung, für Kinder zu arbeiten, die ja kaum oder kein Vorwissen mitbringen.

Wurden 1989 noch 179 Sendungen produziert, waren es im Jahr 2009 über 500. Neben den TV-Sendungen kann man »logo!« heute auch als Stream oder Podcast sehen, und viele Zeitungen drucken einen »logo!«-Erklärstück-Artikel auf ihren



Eva Radlicki

Kinderseiten. Kinder nutzen heute ungleich mehr Medien als vor 20 Jahren. Man bedenke: Als »logo!« zu senden anfang, waren Handys noch weitgehend unbekannt. Das mediale Angebot ist heute dagegen riesig, nichts zwingt ein Kind, Nachrichten im Fernsehen zu schauen. Doch seit 20 Jahren gucken Kinder »logo!« – freiwillig und in stetig steigender Zahl. Dabei interessieren Kinder sich nicht für Politik – nicht vor 20 Jahren und auch heute nicht. Doch wenn sie verstehen, was Politik unmittelbar mit ihrem Leben zu tun hat, wird sie für Kinder interessant. Kinder haben feste moralische Maßstäbe, nach denen sie die Ereignisse in ihrer Umgebung einordnen, zum Beispiel gerecht oder gemein, hilfsbereit oder egoistisch, mächtig oder schwach. Bei diesen Werten holt »logo!« sie ab. Jedes Nachrichtenthema wird daraufhin überprüft, welche Frage sich aus dem kindlichen Wertekodex zu dem jeweiligen Ereignis ableiten lässt. Weil »logo!« diese Perspektive einnimmt, interessieren sich Kinder für alle Themen in der Sendung – eben auch für Politik.

Die Sendung berichtet auch über bedrückende Ereignisse: den 11. September, den Amoklauf von Winnenden oder auch über ein verschwundenes Kind – es gibt keine Tabuthemen. Bei »logo!« gibt es aber keine reißerischen Bilder – im Gegenteil. Stark emotionalisierende Bilder würden vom erklärenden und einordnenden Inhalt der Beiträge ablenken. Das bedeutet aber nicht, dass »logo!«

beschönigt. »logo!« hilft Kindern dabei, die Nachricht einzuordnen und zu verstehen. Gerade an Tagen mit dramatischen Nachrichten wird die Verantwortung von »logo!« gegenüber den Zuschauern besonders deutlich.

Jenseits der Aufgabe, Kinder altersgerecht zu informieren, stärkt »logo!« das Bewusstsein für demokratische Prozesse. Ob in der Rubrik »Redezeit« oder bei den »logo!«-Kinderreportern, Kinder spielen in der Sendung eine aktive Rolle. Das stark strapazierte Schlagwort »Kinder ernst nehmen« bedeutet, dass »logo!« sich an den Bedürfnissen von Kindern orientiert und dass die Meinung von Kindern intensiv abgefragt und dargestellt wird: In der »logo!«-Redezeit, bei den »logo!«-Kinderreportern oder in Chats, Foren und Blogs – überall können sie ihre Fragen stellen, ihre Interessen formulieren und sich aktiv beteiligen. 1991 wurde die erste »Redezeit« gesendet. Vor der Fernsehkamera tragen Kinder ihr Anliegen verantwortlichen Politikern vor und fordern Lösungen ein. Im Laufe der Jahre kam da schon manch ein Verantwortlicher ins Schwitzen. Die »logo!«-Kinderreporter fühlen den Großen der Welt auf den Zahn. Dafür trainieren sie mit der Redaktion, um auf die Antworten reagieren zu können und sich nicht einschüchtern zu lassen. Dann entlocken sie Politikern und anderen Promis Antworten fern der floskelhaften Sprache, die sie sonst oft benutzen. Im Bundestagswahlkampf 2009 haben die »logo!«-Kinderreporter

Das »logo!«-Team aktuell: Andreas Korn, Jule Gölsdorf, Anja Roth und Kim Adler



Das »logo!«-Team damals: Peter Hahne, Barbara Biermann, Dirk Chatelain, Ulli Angermann





»logo!«-Kinderreporter Chris interviewt Bundeskanzlerin Angela Merkel

Die Jubiläumsshow mit Johannes B. Kerner

alle Spitzenpolitiker befragt. Die ungewöhnlichen Interviews sorgten wie immer für Interesse weit über die Sendung hinaus.

Zum 20. Geburtstag mit dem Umzug in das neue ZDF-Nachrichtenstudio gehört »logo!« jetzt deutlich sichtbar zur ZDF-Nachrichtenfamilie. Im Geburtstagsjahr war die »logo!«-Show im ZDF-

Abendprogramm am 27. Juni in Zusammenarbeit mit der Hauptredaktion Show ein besonderes Highlight, das zeigt, wie familientauglich »logo!« ist. Ab 2010 werden im KI.KA die Sendelücken am Wochenende geschlossen und »logo!« wird an jedem Tag des Jahres ausgestrahlt. Da bleibt nur zu sagen: »logo!«-Nachrichten – seid Ihr groß geworden!



Peter Arens

## »37°« – Rückblick auf 15 Jahre Denn nicht allein die Politik prägt das Leben der Menschen

Wer eine Jubiläumsrede auf einen guten Freund schreibt, sollte sich einfach an die besonderen, gemeinsamen Momente erinnern und um diese herum die Laudatio komponieren. Dann gelangt man am ehesten zum Kern des Menschen und der besonderen Beziehung, die man zu ihm hat. Ich versuche nun das gleiche, wenn ich an meine 15 Jahre mit »37°« zurück denke: Auch hier können es die besonderen Filmmomente sein, die die ganze Reihe auf den Punkt bringen und ihr schlagendes Herz freilegen. Wahrscheinlich würden alle an »37°« beteiligten Redakteure jeweils andere Beispiele nennen, was ein gutes Zeichen für den immensen Reichtum dieser Programmidee ist. Mein besonderer Filmmoment ist klar. In einem Film über hyperaktive und gehandicappte Kinder zeigt dieser erst gegen Ende, dass die Mutter eines nervlich erkrankten Jungen jeden Abend mit diesem zu Bett gehen muss, und das immer um 20 Uhr. Anders ist der Junge nicht zu bändigen, seine Mutter hat seit vielen Jahren keinen Abend mehr erlebt. Diese Szene, die das Existenzielle scheinbar beiläufig erzählt, habe ich seither nicht mehr aus dem Kopf bekommen.

In formatästhetischer Hinsicht würde ich behaupten, dass in dieser Szene auch die besondere Stärke von filmischer Reportage verborgen ist. Die Menschen und ihre Milieus mit der Kamera einzufangen, statt über sie zu schreiben – wobei ich weiß, welch ungeheure analytische Kraft das geschriebene Wort hat –, ist in manchen Kontexten unübertreffliches Stilmittel. Bei »37°« versuchen wir, so weit es geht, unseren Stoff vor die Kamera zu bekommen: nicht über ihn zu sprechen, sondern ihn zu zeigen, nicht im Kommentar zu sagen, was unsere Helden denken und fühlen, sondern sie selbst dies sagen zu lassen, in professionell und einfühlsam geführten Interviews. Ein »37°«-

Film über Armut in den Städten fokussiert allein auf die Betroffenen, kommt ohne Service und Verbrauchertipps daher, ohne politische Statements von Sozialämtern und Kommunalpolitikern, ohne Allwissenheit und Verurteilungen. Die fehlende politische Einordnung entspricht dabei nicht immer den Sehgewohnheiten der Zuschauer. Und dennoch ist der radikale, ausschließliche Blick auf unsere Helden, hinter denen das Thema bisweilen zurücktritt, genau das Markenzeichen von »37°« und vielleicht auch dessen Erfolgsgeheimnis.

Oft erzählen sich die Filme gleichsam von selbst, wenn die Autorinnen und Autoren aufmerksam genug mit den Helden unterwegs sind. Wir haben wenige Formatregeln, eher Leitmotifs: Nicht, was die Menschen vergleichbar macht, sondern, was sie voneinander unterscheidet, dem gehört unser Interesse. Wir suchen Themen, hinter denen wir ein psychologisches und gesellschaftliches Muster erkennen können. Wir versuchen immer, herauszufinden, wie Probleme oder Konflikte begonnen haben. Vielleicht ist das der Grund für unsere häufigen Filme über Kinder und Jugendliche: Drogenmissbrauch und Jugendkriminalität, Schulstress, Kinderarmut, Verwöhnungsverwahrlosung, Entfremdung der Kinder von den Eltern. Dass die Jungen in der späten Primetime eines großen Senders so oft vorkommen, ist eher unüblich – wobei es so wichtig wäre.

Wir haben die Erfahrung gemacht, dass »37°«-Filme nie aufgehübscht werden müssen. Sie können ungeschminkt daherkommen, ohne dass die Geschichten, dass Text, Schnitt und Musik dramatisiert werden, wie in modernen Reportagen leider oft üblich. Das macht die Filme glaubhaft, bei den Zuschauern und übrigens auch bei den Porträtierten. So sehr, dass der Hinweis der Auto-





Auf Ellesmere College ist Krawatte Pflicht. Szene aus »Einsame Klasse!«

Plakatmotiv zum Jubiläum

ren, für »37°« zu arbeiten, bei besonders sensiblen Themen ein wichtiger Türöffner ist. Oft genug wird uns von den angefragten Protagonisten gesagt, dass sie für das Fernsehen nicht zur Verfügung stehen, dass sie für »37°« aber eine Ausnahme machen. Wie in diesem Jahr bei unserem Film über Kinder mit behinderten Eltern, die uns ihr logistisch und seelisch schwieriges Leben drehen ließen. Oder bei »Generation Porno«, wo Jugendliche und ihre überraschten Eltern mit unseren Autoren über Pornokonsum im Netz und viel zu frühen Sex sprachen. Dabei hat »37°« trotz heikler Themen nie verbrannte Erde hinterlassen, in 15 Jahren nicht ein Mal.

Noch etwas liegt mir am Herzen, und das betrifft unsere Zuschauer. Wie oft haben wir zum Beispiel vom Kampf der Menschen mit schweren Krankheiten und Behinderungen berichtet. Es waren alles andere als einfache Filme, und dennoch hatten sie in der Regel ein großes Publikum. Die gleiche Erfahrung machten wir bei Filmen über Armut, wobei die Mittellosen, wie Rilke sagt, von innen leuchten können. Unsere Erkenntnis lautet: Die Zuschauer lassen sich in großer Zahl vom Unglück anderer ergreifen, sie leiden mit

und zeigen Empathie. »Leben auf kleinstem Fuß« porträtierte eine Familie in Brandenburg, die durch die Krankheit ihres Vaters in existenzielle soziale Not geraten ist. Der Film rief bei unserem Publikum eine unglaubliche Solidarität hervor, schon am nächsten Tag waren fast 1 000 Anrufe und E-Mails mit Hilfsangeboten in der Redaktion eingegangen. Auch wenn wir gelegentlich an unserem Deutschsein verzweifeln, belegen Reaktionen wie diese, dass die Deutschen ein ausgeprägtes Gerechtigkeitsgefühl und eine große Hilfsbereitschaft für Menschen in Not haben.

Aus der kleinen, feinen Reihe mit dem merkwürdig genialen Titel ist ein aussagestarker und einflussreicher Programmplatz geworden, der sich einmischt in unser tägliches Gemeinwesen. »37°« ist kein Politik- oder Kulturformat im traditionellen Sinne, sondern interpretiert diese Genres als eine Kultur der Umgangsformen und des Miteinanders. Getreu dem sozialen Vertrag, dass der Mensch für den Menschen da ist. »37°« ist so zu einer eigenständigen, einzigartigen Marke im Dickicht der Reportageformate geworden – und das ist das größte Kompliment, das man einer Sendereihe machen kann.



Guido Knopp

## Die Sternstunden der Deutschen

Am Anfang war die Mauer, oder besser, deren Fall. Zweifellos eine Sternstunde der Geschichte. Ein Moment, ganz wie ihn Stefan Zweig 1927 in seiner Novellensammlung *Sternstunden der Menschheit* beschrieben hat: »Was ansonsten gemächlich und nebeneinander abläuft, komprimiert sich in einen einzigen Augenblick, der alles bestimmt und alles entscheidet.«

Soweit, so gut. Aber die deutsche Geschichte hat mehr zu bieten, oder? Das war der Startschuss zu einer redaktionsinternen Diskussion, die im Grunde bis heute andauert: Welche Augenblicke empfinden die Deutschen als Sternstunden ihrer Geschichte? Was hat sie berührt, geprägt, auf welche Ereignisse sind sie besonders stolz? Schnell war klar: Das können nur die Deutschen selbst beantworten. Wir haben nachgefragt – vorurteilsfrei und ohne historische Scheuklappen. Unsere breit angelegte Umfrage bei Menschen aller Altersgruppen machte deutlich: Nicht allein politische Ereignisse wie der Fall der Mauer haben sich tief ins kollektive Gedächtnis eingebrannt, sondern auch emotionale historische Momente wie beispielsweise die Rückkehr der letzten Kriegsgefangenen aus sowjetischen Lagern, die »Heimkehr der Zehntausend« im Jahr 1955. Auch bahnbrechende wissenschaftliche Leistungen und Erfindungen »made in Germany« wie Benz' Automobil oder die Entdeckung der Seuchenerreger durch Robert Koch haben viele Deutsche vor Augen, wenn sie an die großen Momente ihrer Geschichte denken – ebenso sportliche Höhepunkte wie den Wimbledon-Sieg von Boris Becker oder das »Wunder von Bern«. Neben der Kaiserkrönung Karls des Großen mag sich die Erfindung der Zahnpasta und der Haribo-Goldbären eher bescheiden ausnehmen, aber nicht jeder denkt eben bei »Sternstunden« an politische Großer-

eignisse. Und so wurden die »Sternstunden der Deutschen« zu einem bunten Mix aus politischen Meilensteinen, emotionalen Höhepunkten, genialen Erfindungen, großartigen Entdeckungen und kulturellen Errungenschaften.

Präsentiert wurde die Reihe von den Moderatoren Steffen Seibert und Dunja Hayali. Im Mittelpunkt der ersten vier Sendungen standen die 20 Ereignisse der deutschen Geschichte, die in der Umfrage am häufigsten genannt wurden. Spannende Gesprächspartner wie die Urenkelin von Carl Benz, Jutta Mercedes Benz, sowie originelle Requisiten wie die Schraubstollenschuhe, die beim Wunder von Bern 1954 zum Erfolg führten, ergänzten die »Sternstunden«-Filme. Nach jeder Sendung waren die Zuschauer gebeten, per Telefon- und Onlinevoting aus den jeweils fünf Beiträgen ihren persönlichen Tagessieger zu bestimmen.

Die vier »Top«-Sternstunden der vier vorangegangenen Dienstage standen am 8. Dezember noch einmal zur Wahl – unterstützt von prominenten »Paten« und Zeitzeugen, die von ihren ganz persönlichen »Sternstunden« erzählten. Am Ende der Sendung stand sie dann fest: Die Sternstunde der Deutschen. Während Steffen Seibert die Sendung im Studio vor Publikum moderierte, wurde Dunja Hayali von spannenden Orten – etwa einem Übungsflugzeug der GSG9 oder dem Panikraum der Technischen Universität Hamburg-Harburg – zugeschaltet.

Eine der größten Herausforderungen für die filmische Präsentation der 100 Sternstunden war der Faktor Zeit: Innerhalb weniger Monate wurden in den ZDF-Archiven Hunderte Stunden Material gesichtet. Wo Archivbilder fehlten, wurde aufwändig inszeniert. In Polen schuf das Team um

Regisseur Marek Brodzki, der bereits mit Roman Polanski und Steven Spielberg gearbeitet hat, zahlreiche Neudrehes auf Spielfilmniveau. Das Labor von Robert Koch und die cholera- und tuberkuloseverseuchten Elendsviertel in Hamburg gehörten für die Beteiligten zu den spektakulärsten Reenactments. Für den Beitrag über die Erfindung des Autos wurde Carl Benz' »Motorwagen Nummer eins« nachgebaut, zahlreiche historische Kostüme und Kulissen recherchierte das Team mit bewährter Sorgfalt. Oft standen die Autoren vor verzwickten Fragen: Wie etwa könnte Johannes Gutenberg, von dem es keine zeitgenössischen Darstellungen gibt, ausgesehen haben? Wie stellt man die Entdeckung der Röntgenstrahlen dar?

Die Firma FaberCourtial zeichnete für aufwändige 3D-Animationen verantwortlich, die komplexe

Sachverhalte wie die Wirkungsweise von Röntgenstrahlen oder die Idee eines Verbrennungsmotors erklären.

Schon im Vorfeld der Aktion »Die Sternstunden der Deutschen« war klar, dass die neuartige Mischung aus Information und Unterhaltung auch einer entsprechenden Partnerschaft bedarf. Darum wurde der Firma Blondheim TV, die seit 2001 unter der Leitung von Guido Thomsen Comedy- und Quizshows produziert, die Realisation des Studioparts übertragen.

Herausgekommen ist eine Reihe, die dazu diente, den Zuschauerinnen und Zuschauern Informationen über die großen Augenblicke der Geschichte zu vermitteln – auch als Ankerpunkt historischer Identität.



Thomas J. Kramer

## »WISO« – 25 Jahre Berichte aus der Mitte der Gesellschaft

Gerade nach diesem Jahr der weltweiten Finanzkrise ist die Rolle insbesondere von Ratgeber- und Wirtschaftsformaten im Fernsehen offenkundig. Wann, wenn nicht in diesen Monaten, war der Kontroll- und Erklärauftrag besser begründet? Zudem hat sich gezeigt: Es gibt in einer solchen Zeit großes Interesse und das Bedürfnis der Zuschauer nach Aufklärung und Erklärung, nach Sicherheit und Anleitung. Aber auch den Wunsch nach einer Berichterstattung mit Kompetenz und Glaubwürdigkeit, Augenmaß und Tiefgang.

Nach dem Jahr der Pleite von Lehman Brothers und den verschwundenen Milliarden der Banken, nach einer Finanzkrise mit weltweitem Ausmaß und staatlichen Schutzschirmen von unvorstellbarer Größe kann man ganz deutlich konstatieren: Es bedarf mehr denn je einer Wächter- und Erklärerfunktion für die Märkte und Mächte der Wirtschaft. Denn: Wer kann diese komplizierten Mechanismen, die weltweit verschlungenen Strukturen und die gewählten Wege aus der Krise nachhaltig erklären? Wer recherchiert die Details der Ungeheuerlichkeiten, etwa die endgültige Summe von 538 Millionen Euro Verlust bei der KfW? Wer erklärt die Funktionsweise der großen staatlichen Schutzschirme oder das konkrete Vorgehen bei der Abwrackprämie? Wer legt den Finger in die offenen Wunden der Bilanzen der deutschen Landesbanken? Wer, wenn nicht das Fernsehen, und hier speziell Wirtschafts- und Verbrauchersendungen wie »WISO«?

### Das Jahr der Krise

Die weltweite Finanzkrise hat sehr gut gezeigt, wie wichtig Differenzierung und Vertiefung dieser komplexen Themen im ZDF ist. Zentrale Frage: Wie berichten wir angemessen, ohne Panik zu verbreiten? Im Raum stand die konkrete Gefahr,

dass die Menschen in einer Art Herdeneffekt ihr Geld von den Banken holen und die gesamte Geldwirtschaft zum Erliegen kommt. Dabei bahnte sich die Krise schleichend an. Schon vor dem Zusammenbruch der Lehman Brothers am 15. September 2008 hat »WISO« begonnen, sich intensiv und vielschichtig mit den Ursachen, Folgen und Lösungsmöglichkeiten der Krise zu beschäftigen. Erste Berichte über mögliche Auswirkungen der Finanzakrobatik der USA datieren schon vom Januar 2008, Tenor: Viele deutsche Banken waren schon damals durch riskante Spekulationen in den Strudel der Finanzkrise der USA geraten, allen voran die Landesbanken. Auch über den Einbruch bei der Autoindustrie berichtete »WISO« schon im Februar 2008, als hierzulande Verbandschefs etwaige Auswirkungen der US-Autokrise auf die deutschen Autobauer noch dementierten.

### Die Häuser von Lakeisha Williams

An Fallbeispielen hat »WISO« schon am 21. April 2008 aus Cleveland in den USA verdeutlicht, durch welche Praktiken es zur Immobilienkrise und damit zur Finanzkrise in Amerika kam. Skrupellosigkeit von Immobilienhändlern und mangelndes Verantwortungsbewusstsein der kreditgebenden Banken waren ausschlaggebende Faktoren dabei. Es handelte sich keineswegs um undurchschaubare weltwirtschaftliche Vorgänge. »WISO« porträtierte die 23-jährige arbeitslose Krankenschwester Lakeisha Williams, die acht praktisch auffällige Häuser auf Kredit kaufte, die sich durch die Mieteinnahmen selbst finanzieren sollten. Alle Kreditansprüche landeten letztlich bei der Deutschen Bank in Frankfurt. Der Gang der »WISO«-Kamera durch unbewohnte und ausgeplünderte Ruinen in Cleveland zeigte deutlich: Keine Bank konnte hier auf Rückzahlung der Darlehenssumme hoffen. Insgesamt spricht die Zahl

von knapp 100 Beiträgen und Erklärstücken allein bei »WISO« zu den unterschiedlichsten Aspekten der Krise eine deutliche Sprache.

### **Reaktion mit Augenmaß**

Vier grundlegende Reaktionsmuster der Redaktion haben sich dabei bewährt. Nämlich zuerst Erklärungen liefern und dabei Probleme in weltweite Zusammenhänge stellen. Zweitens, durchgehend differenziert berichten ohne plakative Schuldzuweisungen – Morddrohungen gegen Bankmanager und ein »bank run« wie bei Northern Rock in England blieben in Deutschland aus. Drittens, eine Nähe bringende Personalisierung durch Zeigen von Einzelschicksalen: Wie gehen betroffene Bürger, etwa Island-Bankgeschädigte, beispielhaft mit den Problemen um? Und viertens, konkrete individuelle Handlungsmöglichkeiten aufzeigen: Was kann der Einzelne tun, um in seiner Lebenssituation zu reagieren, welche Möglichkeiten gibt es für private Wege aus der Krise?

### **»Schwabenschmiede« und »Soll ich jetzt ...?«**

Beispielhaft sind dabei zwei »WISO«-Serien mit den Titeln: »Soll ich jetzt ...?« und »Schwabenschmiede«. »Soll ich jetzt ... etwa Gold kaufen, in Immobilien investieren, aus Aktien aussteigen, Uhren als Geldanlage kaufen? Oder gar eine Kreuzfahrt buchen?« Im Mittelpunkt stehen konkrete Antworten und Handlungsanweisungen auf die zentralen Fragen der Zuschauer in der Krise.

Oder die Berichte aus der »Schwabenschmiede«. Eine Serie, produziert vom Landesstudio Stuttgart mit Filmbeiträgen aus den unterschiedlichen Perspektiven eines mittelständischen Unternehmens: Wie lebt der Arbeiter mit Kurzarbeit? Wie organisiert der Vorarbeiter die wenigen Aufträge? Wie kommt der Geschäftsführer durch die Krise? Spannende Geschichten, wie sie sich tausendfach in unserer Gesellschaft in diesen Monaten abgespielt haben, bei »WISO« zu sehen, um die Krise begreifbar und lösbar zu machen.

### **Mehr Komplexität für alle**

In der Krise manifestieren sich globale Entwicklungen, die den Alltag der Zuschauer schon länger bestimmen. Zur Gründungszeit von »WISO« kam das Telefon noch von der Post, in Grau oder Grün. Bei »WISO« saß dann der Wirtschaftsminister mit Zigarre in der Hand und parlierte über seine volkswirtschaftlichen Politikziele. Bei der Bahn waren alle noch beamtet – mit entsprechendem Tonfall. Und die Verbände, Kirchen und Vereine hatten noch wirklich großen Einfluss auf das, was die Gesellschaft bewegte. Im Gegensatz dazu gibt es heute viel mehr als diese Dualität zwischen »Wl« und »SO«, zwischen Wirtschaft und Sozialem, dem Gründungstitel vor nun 25 Jahren.

Es gibt als Themen etwa die vielfältigen Finanzdienstleistungen, komplexe Immobilienfinanzierungen, den Bereich der etwa 20 persönlichen Versicherungen, von der Hausrat- bis zur Elementarschädenversicherung. Dazugekommen ist aus der früher vermeintlich »sicheren Rente« der große Bereich Vorruhestand, Altersteilzeit und Riesterrente. Es sind aber auch so unterschiedliche Bereiche wie Reiserecht, der ganze Fächer an Autothemen, Ernährung, Technik und Internet, Steuern und Gebühren, Mieten und Wohnen. Dazu gehört auch der Gesundheitsbereich und die Krankenversicherung, das neu eingeführte Elterngeld und die Pflegeversicherung. Aber auch Ausbildung, Arbeitsmarkt und Arbeitsrecht bis zu Hartz IV, also alle Lebensbereiche von der Wiege bis zur Bahre. Eines haben all diese Wissensbereiche gemeinsam: Sie sind furchtbar kompliziert für den Bürger und gefährlich kostenträchtig, denn: Unwissenheit schützt nicht vor Schaden. Da hilft nur vorher Aufklärung oder hinterher der »WISO«-Effekt.

### **Bürokratie schafft Unsicherheit**

Auch dank der Regelungswut der EU-Bürokratie in Brüssel, aber auch des deutschen Gesetzgebers und der Gerichte, gibt es eine große Verunsicherung in vielen Lebensbereichen. In

einem Zeitraum von sechs Jahren hat die EU 18 167 Verordnungen und 750 Richtlinien erlassen. Und der Deutsche Bundestag und sämtliche Ministerien verkündeten im selben Zeitraum 1 195 Gesetze sowie 3 055 Rechtsverordnungen. Die müssen nicht alle und jeden im Detail betreffen, aber: Vieles ist als Folge auch für jeden Bürger grundsätzlich komplett neu geregelt worden. Zum Beispiel in der Krankenversicherung oder beim Mietrecht, ganz besonders intensiv bei der Rente und der Pflegeversicherung, oder auch bei der Sozialhilfe und Hartz IV.

### **Der Staat erfüllt seine Aufgabe nicht!**

Dazu kommt: Der Staat hat sich zurückgezogen. Nicht aus der pausenlosen Erstellung von neuen Gesetzen, er hat sich zurückgezogen aus der dringend notwendigen Erklärung dieser neuen gesellschaftlichen Welt. Viele Gesetze – wie etwa gut zu besichtigen bei Hartz IV oder beim Mietrecht – sind so geschrieben, dass höchste Gerichte

dauernd mit gesprochenem Recht nachbessern müssen. Doch wer hat dann eigentlich die Aufgabe und Pflicht, über diese – dann geänderte und für alle gültige – Rechtslage aufzuklären? De facto niemand.

Gerade das öffentlich-rechtliche Fernsehen spielt hier bei der Aufklärung, bei der Erklärung der Sachverhalte eine ungemein wichtige Rolle. Sendungen und Berichte können Vertrauen zerstören, sie sollten aber Vertrauen bilden. Die kompetenten Wirtschaftskollegen der Aktualität und der Studios bieten die Grundinformation. Die Sendung »WISO« vertieft mit konstruktiver direkter Unterstützung. Denn, es gibt ihn mehr denn je: Den gesellschaftlich dringend notwendigen Kontroll- und Erklärauftrag für die Medien, damit großen Banken und Unternehmen, der Politik oder auch Betrügern auf die Finger geschaut wird und wichtige Regeln weiterhin allen Schichten erklärt werden. »WISO« macht's!

## Das ist ja der Hammer!

### 40 Jahre »Länderspiegel« – Ein Klassiker mit starker Zuschauerbindung

Es sind die kleinen Geschichten, die den »Länderspiegel« groß gemacht haben. Sie schaffen es meist nicht in die Nachrichtensendungen oder auf die Titelseiten der Zeitungen. Und doch sind sie für die Betroffenen oft von existenzieller Bedeutung. Wenn Familien erfahren müssen, dass sie ihr Haus unwissend auf verseuchtem Boden gebaut haben, obwohl der Baubehörde das Problem lange vorher bekannt war. Wenn ein Rentner, der ehrenamtlich Wanderwege pflegt, von einer Prozesslawine erdrückt wird, weil in seinem Revier übermüdete Touristen zu Schaden gekommen sind. Und wenn eine Frau dem Entschädigungsantrag ihres verstorbenen Vaters nachgeht und vom zuständigen Amt für offene Vermögensfragen mit der Antwort abgespeist wird, dass der Fall aus dem Jahre 1990 voraussichtlich 2014 zur Bearbeitung ansteht.

All das sind Stoffe für den »Hammer der Woche«, erwiesenermaßen das Markenzeichen des Magazins. Der »Länderspiegel« als Anwalt genervter und enttäuschter Bürger, die in den Mühlen der Bürokratie zerrieben wurden oder am Behördenirrsinn verzweifelt sind. Einige Tausend Anfragen bekommt die Redaktion pro Jahr auf den Tisch – per Post oder per Mail an hammer@zdf.de. Sorgen und Nöte aus ganz Deutschland, und in vielen Fällen kann die Redaktion tatsächlich etwas bewegen. Der »Hammer der Woche« ist laut Sendungstests eine zentrale, für viele »Länderspiegel«-Zuschauer sogar die wichtigste Sehmotivationsüberhaupt am Samstagnachmittag. Die Rubrik schafft große Identifikationspotenziale und sorgt für eine starke Zuschauerbindung.

Der »Länderspiegel« ist der Klassiker der Länderberichterstattung im deutschen Fernsehen. Seit 40 Jahren ist das Magazin auf Sendung – stets

aktuell und zeitgemäß, ohne dabei dem Zeitgeist zu erliegen. Und immer gilt – damals wie heute: Themen, die der »Länderspiegel« anpackt, müssen so interessant, so spannend und so aktuell sein, dass sie in Bayern genauso gut ankommen wie in Brandenburg, in Hessen oder in Baden-Württemberg. Die neue Stadtbahn zwischen den wichtigsten Ruhrmetropolen, der geplante Saarpfalz-Kanal und die heftig umstrittenen Gebiets- und Verwaltungsreformen in Niedersachsen und Schleswig-Holstein – das waren die Themen der ersten »Länderspiegel«-Sendung am 4. Januar 1969. Für unseren heutigen TV-Geschmack optisch und dramaturgisch fraglos zu wenig opulent und damals ja auch noch in schwarzweiß, journalistisch aber genauso klar und zupackend wie heute und nah an den Sorgen und Wünschen der Menschen in Deutschland. Diesem Credo fühlt sich das Redaktionsteam bis heute verpflichtet. Und das erwarten die Zuschauer auch von »ihrem« »Länderspiegel« und halten dem Magazin dafür die Treue.

Die Sicherung der Länderkompetenz des ZDF ist seit Sendestart Kernaufgabe für den »Länderspiegel«. Wer regiert mit wem? Wo zerbrechen Koalitionen, wo werden neue politische Bündnisse



Ralph Schumacher



Ralph Schumacher vor der Frauenkirche in Dresden

geschmiedet? Aber auch: Welches Land geht neue Wege – in der Bildungspolitik zum Beispiel oder bei der immer wichtiger werdenden Frage der Förderung generationenübergreifender Betreuungsangebote. Dabei bietet die Redaktion im Programmumfeld des späten Samstagnachmittags jeweils eine attraktive Magazinmischung, die die Information in den Mittelpunkt stellt, die aber ganz bewusst auch auf unterhaltsame Elemente und Farben setzt.

Ob Landtagswahlen oder Koalitionsverhandlungen, Regierungskrisen oder Reformvorhaben, der »Länderspiegel« ist immer dabei. Die Redaktion schaut dabei nicht nur auf die politische Ebene, sondern analysiert auch, wie schwierige wirtschaftliche und soziale Verhältnisse die Stimmung in Deutschland beeinflussen.

Bürgernah und alltagsrelevant ist die Grundausrichtung des gesamten Magazins. Nehmen wir den Gesundheitsfonds – ein abstraktes Monstrum, das kaum einer versteht. Aber auf die Frage, ob Wettbewerb unter den Krankenkassen nötig und damit unterschiedliche Beitragssätze sinnvoll sind, haben die meisten Patienten – also die Kunden – sehr konkrete Antworten. Oder nehmen wir die Arbeit der Föderalismuskommission, die für Otto-Normalverbraucher schwer zu ergründen war. Dass aber Landesgrenzen in heutigen Zeiten noch Nachteile bei der Schulwahl und jede

Menge Probleme bei der Erstattung von Schülerbeförderungskosten bedeuten können, lässt viele Zuschauer aufhorchen und macht die große Politik erklärbar. Und so spielt die konkrete Lebenswirklichkeit der Zuschauerinnen und Zuschauer bei der Auswahl und der Umsetzung der Beitragsthemen eine zentrale Rolle. Berichte über den Atomausstieg, über Ärztemangel oder Altersarmut gibt es viele auf den diversen Kanälen. Entscheidend aber sind emotionalisierende Geschichten und glaubwürdige Protagonisten. Und die Redaktion bemüht sich stets um ein differenziertes Bild, zeigt die Ängste der Menschen in Gorleben vor den Risiken eines Atommüll-Endlagers ebenso wie die Sorgen der Beschäftigten am Kraftwerk-Standort Biblis.

Die vertiefende, hintergründige Berichterstattung zur Landespolitik ist seit eh und je integraler Bestandteil des Magazins. Der »Länderspiegel« sieht die Bundesländer aber nicht nur als politische Gebilde. Das Magazin begreift sich ebenso als der Sendeplatz im ZDF-Programm, der den Reichtum und die Vielfalt der unterschiedlichen Regionen und ihrer Menschen spiegelt. Reportagen aus deutschen Ferienregionen und Porträts über Städte mit besonderen Ideen und Projekten finden sich daher in nahezu jeder Sendung.

Und daher verlässt der »Länderspiegel« auch regelmäßig sein Studio auf dem Mainzer Ler-

Der »Länderspiegel« mit mobiler Produktionseinheit live in einer Berghütte



Immer on top: Dreh auf der Kneifelspitze im Berchtesgadener Land





chenberg und sendet das Magazin live vor Ort. Fünf bis sechs Mal pro Jahr, in der sommerlichen Urlaubszeit, aber auch aus Anlass zentraler innenpolitischer Ereignisse, sucht sich die Redaktion optisch attraktive Standorte in den Bundesländern. Ziel ist, politische Stimmungen und gesellschaftliche Befindlichkeiten bei Land und Leuten herauszuarbeiten und gleichzeitig auch die Vor-Ort-Präsenz des ZDF zu stärken. Der »Länderspiegel« als Live-Event – Public Viewing und

Mainzelmännchen-T-Shirts inklusive. 2009 wurden unter anderem mit Erfurt, Potsdam und Dresden drei ostdeutsche Metropolen ausgewählt, die im Vorfeld der jeweiligen Landtagswahlen im Fokus standen und außerdem im Jahr 20 nach dem Mauerfall viel Stoff für intensive Aufbau-Ost-Bilanzen boten. Außenübertragungen sind auch in der Zuschauerakzeptanz besonders erfolgreich und tragen fraglos zum Renommee der Sendung bei.



Roman Beuler

## »Ich kann Kanzler!«

Naja, das stimmt so natürlich nicht, zumindest nicht für mich. Aber immerhin durfte ich an einem aufsehenerregenden ZDF-Projekt mitwirken, eben an »Ich kann Kanzler!«. Das begann schon mit der redaktionsübergreifenden Zusammenarbeit. In einem Team aus der Innenpolitik, der Redaktion »hallo deutschland« und der Hauptredaktion Neue Medien zu arbeiten, hat neben dem Reiz der professionellen Herausforderung auch einfach großen Spaß gemacht.

Aber erst einmal zurück zum Ursprung der Idee. Vor zwei Jahren stellte uns Panagiotis Trakaliaris aus der strategischen Programmentwicklung in der Programmkonferenz eine kanadische Show vor, die es geschafft hatte, Politik auf eine Art darzustellen, die unterhaltsam ist und Spaß macht. »Geht so etwas?« haben wir natürlich alle gefragt. Besteht Politik im Fernsehen denn nicht immer aus den O-Tönen von Mandatsträgern, Generalsekretären oder Ministern? Und ist das Bild vom Gang über den Flur als Antexter nicht schon die Vollendung der Kreativität in der Politikberichterstattung? Aber eine Politikshow, noch dazu im Gewand einer Castingsendung – wie soll das gehen?

Es wird gehen, waren Bettina Schausten und Nikolaus Brender überzeugt. Als das ZDF die Rechte am kanadischen Format »Next great leader« erworben hatte, wurde redaktionsübergreifend ein Team zusammengestellt, das sich mit Verve auf die Aufgabe stürzte, um den Erfolg, den das Format in Kanada hatte, auch in Deutschland möglich zu machen.

Im Superwahljahr 2009 hatten wir die Gelegenheit, diese Idee für das deutsche Fernsehen und das Internet umzusetzen – und die Resonanz

war umwerfend: Rund 2 500 junge Menschen im Alter von 18 bis 35 Jahren bewarben sich online als »Kanzler«. Sie machten uns die Auswahl nicht leicht: Etliche Tage verbrachten wir damit, diejenigen zu finden, denen wir die besten Chancen einräumten. Übrig blieben 40 Kandidatinnen und Kandidaten, die sich und ihre Idee für Deutschland online darstellen durften. Unter »kanzler.zdf.de« konnte sich jeder Internetuser ein Bild von den jungen Frauen und Männern machen, von ihren Überzeugungen und ihrem Engagement für Politik – und natürlich durfte auch jeder seinen Kommentar im Netz dazu abgeben. In einer Demokratie ist der Austausch von Meinungen schließlich eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Bildung eines politischen Urteils.

40 Kandidaten, 40 politische Profile, 40 Ideen: Der ehemalige Deutsche Bundestag in Bonn war ein passender Rahmen für einen ersten Wettstreit der Kandidaten. Hier traten die politischen Jungtalente ans Rednerpult und präsentierten sich unserer prominenten Jury: Anke Engelke, Günther Jauch und Henning Scherf, die mit Wissen und Witz den Ideen der Bewerber auf den Grund gingen und nach zwei Tagen der Auswahl die schwere Aufgabe hatten, die Besten der Besten herauszufiltern. Es fiel ihnen schwer – denn selten traten in einer Casting-Situation so viele außergewöhnliche Persönlichkeiten mit ihren Ideen gegeneinander an. Hier konnte sich Cora Zeugmann vorstellen, die 27-Jährige, die sogar für Barack Obama in den USA Wahlkampf gemacht hatte. Oder Mirko Wolf: der Ex-Boxer und Personal Trainer, der als Paten für seine Bewerbung einen Scheich aus Abu Dhabi mit ins Rennen genommen hatte. Jeder Kandidat hatte seine Stärken, aber für mehr als sechs junge Frauen und Männer war im »Endspiel« am 19. Juni nun mal kein Platz.



Die Kandidaten beim Vorentscheid im Bonner Plenarsaal

Delano Osterbrauck, Jacob Schrot, Siegfried Walch, Nuray Karaca, Antje Krug und Philip Kalisch

Schon zu diesem Zeitpunkt war uns klar, dass das Projekt für alle Beteiligten ein Gewinn ist. Die Resonanz zu »Ich kann Kanzler!« in der Öffentlichkeit und in den Medien war positiv. Die ZDF-Webuser, die Politiker und die Journalisten sprachen darüber. »Ich kann Kanzler!« wurde – obwohl grammatikalisch natürlich falsch – zu einem geflügelten Wort in der Politikberichterstattung. Nun wäre das ja nicht das erste Mal, dass es mit einem guten Slogan gelingt, die deutsche Sprache zu bereichern. Und was Verona Pooth mit »Da werden Sie geholfen« gelungen ist, das hatten wir jetzt auch geschafft. Gerade die Tatsache, dass schon im Titel eine erkennbare Ironie liegt und der »Spaßfaktor« von Politik betont wird, hatte geholfen, so viele junge Menschen und übrigens auch ZDF-Kolleginnen und -Kollegen für das Projekt zu begeistern.

Aus den »Vorwahlen« im Bonner Bundestag wurde schließlich die erste Fernsehsendung unseres Projekts, wir brachten sie als 45-minütige Dokumentation ins Hauptprogramm. Die Sendung war uns wichtig, weil wir den Zuschauern zeigen wollten, wie verschieden die Ideen, die Beweggründe und das Auftreten der Kandidatinnen und Kandidaten gewesen waren. »Ich kann Kanzler!« sollte eben auch zeigen, dass politisches Engagement sich auch auf anderen Wegen Bahn brechen kann als nur den traditionellen, parteipolitischen. Und es sollte vor allem eine Aufforderung sein,

Politik eigenverantwortlich zu gestalten und Initiative zu entwickeln, sozusagen eine Bürgerpflicht. Welcher Fernsehsender in Deutschland, wenn nicht das ZDF, wäre denn in der Lage, dieses so ausführlich und unterhaltsam auf den Schirm zu bringen?

Dann kam mit der Einschaltquote erst einmal die große Ernüchterung: nur 1,14 Millionen Zuschauer (4,2 Prozent Marktanteil) wollten die Dokumentation »Ich kann Kanzler! – Die Vorentscheidung« sehen. Aber in der Politik wie beim Fernsehen gilt: Kurz vor dem Ziel sollte man nicht aufgeben.

Denn unabhängig von der niedrigen Einschaltquote waren wir überzeugt, dass unser Format etwas leisten und bewegen kann. Es kann zeigen, dass in Deutschland keine Politikverdrossenheit herrscht, sondern dass sich viele junge Menschen mit Verve einmischen wollen und dass sie gewillt sind, für ihre Idee einzustehen und diese zu vertreten. Politik in einer Demokratie lebt von Öffentlichkeit und die wollten wir mit unserem Projekt herstellen.

Unser persönliches Sommermärchen hatte also erst angefangen. Jetzt fuhren wir nach Berlin. Im Zentrum der deutschen Politik, der Hauptstadt und vor einem Publikum, das repräsentativ das deutsche Wahlvolk spiegelte, kam es zum politisch-spielerischen Showdown.

Die Jury und der Gewinner:  
Günther Jauch, Anke Engelke,  
Jacob Schrot, Henning Scherf und  
Moderator Steffen Seibert

Das Finale



Zum Schluss standen sich im Finale von »Ich kann Kanzler!« zwei junge Männer gegenüber und mit ihnen auch zwei Politikertypen, wie sie unterschiedlicher kaum sein können: Hier der 18-jährige, in der Union engagierte, aber bislang noch unerfahrene Jacob Schrot aus Brandenburg, dort der 31-jährige Philip Kalisch, der bereits als Referent für den SPD-Bundestagsabgeordneten Johannes Kahrs arbeitet. Jacob Schrot und Philip Kalisch hatten sich durchgesetzt in einer Gruppe von zuletzt sechs Kandidaten. Deren Vielfalt war beeindruckend: angefangen bei Antje Krug, der alleinerziehenden Mutter von vier Kindern bis zum 25-jährigen Jungunternehmer aus Bayern, Siegfried Walch.

Die zweistündige Livesendung war ein Ereignis: Über drei Millionen Zuschauer sahen zu, 1 500 User pro Minute waren live im Netz dabei, und an der »Kanzler«-Wahl haben sich über 200 000 Zuschauer an der TED-Umfrage am Ende der Sendung beteiligt. Über zwei Millionen Pageimpressions hatte [www.kanzler.zdf.de](http://www.kanzler.zdf.de) bislang. Ein herausragendes Ergebnis für unseren Internetauftritt, der ohnehin eine wesentliche Säule des gesamten Projekts war.

Unser Fazit für das Pilotprojekt »Ich kann Kanzler!« im deutschen Fernsehen: ein gelungenes Experiment! Hauptstadtstudioleiter Peter Frey, der die Kandidaten bei »Ich kann Kanzler!« journa-

listisch-bissig befragte, brachte es bei der After-Show-Party auf den Punkt: »Solange wir solche jungen Leute in unserem Land haben, brauchen wir um die Demokratie nicht zu bangen.«

Diesen Eindruck konnten wir alle – vom ZDF und von den ausführenden Produzenten I&U und MBTV – teilen: Unglaublich viele junge Leute mit Ideen und dem Mut, diese auch öffentlich zu vertreten, waren dabei. Sie hatten Spaß und vergaßen dennoch nicht, dass sie sich in einem Wettbewerb, in einer Konkurrenz untereinander, befanden und dass sie am Schluss vor einem Millionenpublikum bestehen mussten. »Wir sind nicht die Generation Komasaufen«, sagte der Sieger Jacob Schrot, »das will ich hier auch mal zeigen«. Und das hat er auch geschafft – seine Freude, sein Esprit und sein Interesse haben uns und die Zuschauer überzeugt. So sehr, dass die Show nicht der einzige Auftritt von Jacob Schrot in diesem Jahr blieb – auch bei den Sendungen zur Bundestagswahl war der Sieger ein begehrter und kluger Gesprächspartner für das ZDF.

Politikverdrossenheit? Davon war – zumindest bei »Ich kann Kanzler!« – nichts zu spüren! Und gerade weil wir wissen, dass es so viele junge Leute mit politischen Ideen, mit Überzeugung und mit Gestaltungswillen in Deutschland gibt, sollten wir bei »Ich kann Kanzler!« Neuwahlen nicht ausschließen.

## Watergate-Affäre – Der junge Polit-Talk mit »KAVKA« live aus Berlin

Alles anders, alles neu. Jung, lässig und provokant. Darunter wollten wir es natürlich nicht machen. Eine neue Sendung sollte her, für die im ZDF lange Zeit schmäählich vernachlässigte Zielgruppe der »twenty-somethings«. Politisch sollte sie sein, dabei unterhaltsam und frisch. Und vor allem authentisch. Denn nichts wäre peinlicher als der Vorwurf, das ZDF mache jetzt auch auf jung und rede wieder nur über junge Leute statt mit ihnen.

Am Anfang stand die Überlegung: Wer sind überhaupt die Jungen, die wir ansprechen wollen? Die Generation der 20- bis 40-Jährigen ist alles mögliche, vor allem aber – kaum greifbar: Unsere Altersgenossen wären gerne etwas anderes geworden und lieben ihren Job. Sie wählen CSU und lesen die taz. Sie kaufen CDs und laden illegal Musik herunter. Sie sehen toll aus und haben keinen Geschmack. Sie sind interessiert und ahnungslos.

Eine Generation ohne gemeinsame Vision, ohne Zusammengehörigkeitsgefühl, ohne das eine Gesicht. Und doch verbindet sie mehr als nur das Alter: ein freies Europa, der 11. September, die Globalisierung, Mobilität, Fernbeziehungen, eine Jugend mit Massenarbeitslosigkeit und Hartz IV.

Wir machten uns auf die Suche. Erstens: nach einem Moderator, der bekannt ist und vor allem die notwendige »credibility« mitbringt. Zweitens: nach der richtigen Location. Urban sollte sie sein, raus aus den sterilen Sets der Fernsehstudios, rein in einen Raum, den junge Menschen ohnehin besetzen: einen Musikclub zum Beispiel. Drittens: nach Meinungen. Wenn man Menschen ernst nehmen will, muss man sie auch zu Wort kommen lassen. Und zwar live und direkt.

Gesucht, gefunden: Unser Moderator wurde Markus Kavka, Urgestein des Musikfernsehens. Mit ihm sind viele der heute 20- bis 40-Jährigen groß geworden. Unseren Musikclub fanden wir in der Stadt, in der es nun mal die besten deutschen Clubs gibt, in Berlin. Das »Watergate« an der Oberbaumbrücke, eigentlich Hort der elektronischen Musikszene der Hauptstadt – und nun auch Fernsehstudio. Via Webcam konnten sich die Zuschauer direkt dorthin schalten, um ihre Geschichte zu erzählen.

Dank der Unterstützung durch den Kreativitätsfondsausschuss (KFA) des ZDF, durch die Hauptredaktion Innenpolitik und den ZDFinfokanal konnten wir im April 2009 schließlich tatsächlich auf Sendung gehen – live im ZDFinfokanal und auf zdf.de.

In dem ersten monothematischen Piloten fragten wir: »Arbeit ist das ganze Leben?!« Schließlich ist von Kindheit an unser ganzes Leben auf den Beruf ausgerichtet, der Existenz sichern, Sinn stiften und Spaß machen soll. Doch kann und muss ein Job überhaupt glücklich machen, oder ist in Krisenzeiten der Traum vom Sich-Selbst-Verwirklichen ein Luxus, den wir uns gar nicht leisten können? Burnout, Null Bock, Stress und Sinnkrise, auch sonst läuft im Beruf bei vielen so manches schief.

Besonders überrascht hat uns schon im Vorfeld der Sendung die überwältigende Resonanz auf den kleinen Piloten. Auf eine schlichte Pressemitteilung folgte eine Flut von Porträts, Interviews und Ankündigungen. Die taz prophezeite gleich ein »Wunder von Mainz«. Eines wurde in jedem Fall deutlich: Der Hunger nach neuen Gesichtern, nach neuen Formaten, die über Le-



**Michael Stropmen**



**Katrin Helwich**



**Jo Schück**

Vorspann zu »KAVKA«



Markus Kavka

benshilfe für einsame Bauern, gestresste junge Eltern oder aufstrebende Stars hinausgehen, ist offenbar groß.

Unsere eigene Bilanz nach »KAVKA« Nummer eins war ambivalent: Die Ingredienzien haben gestimmt, die Mischung noch nicht ganz. Die Location lieferte tatsächlich die richtige Atmosphäre: tolle Bilder vor toller Kulisse. Selten hat man im ZDF ein so junges, urbanes Publikum gesehen.

Auch die für das Format so wichtige Haltung stimmte: Markus Kavka hatte sich nicht verbogen, er sprach mit den Leuten, nicht über sie. Einspieler und Verpackung passten zum gesamten »Look and Feel«. Nachholbedarf gab es dagegen in punkto Sendungs-dramaturgie, Moderatorenrolle und technischer Umsetzung der Webcam-Schalten.

Nach einer Auswertung der Zuschauer- und Kollegenschelte sowie der Twitter- und Forumseinträge haben wir die Sendung im Sommer weiterentwickelt: mehr Studiogäste, die das Thema aus verschiedenen Perspektiven beleuchten, weg von der Kleinteiligkeit der Elemente. Markus Kavka sollte sich ausschließlich auf eine kleine Talkrunde konzentrieren. Für die Interaktion mit Publikum und Netzgemeinde haben wir Jo Schück als Sidekick an Bord geholt.

Im Oktober gingen wir mit »KAVKA« Nummer zwei an den Start, Thema: »Generation Warmduscher – Wo bleibt der Aufstand der Jungen?« Umweltsünden, Staatsverschuldung, Job-Misere. Warum gehen junge Menschen nicht auf die Barrikaden, wundern sich einige der 68er-(Groß-)Eltern. Die Jungen selbst sehen das Leben in der gefühlten Dauerkrise aber pragmatisch. Weil sie die Welt



nicht in Gut und Böse, Richtig und Falsch einteilen können und wollen? Weil sie ganz einfach und selbstverständlich Müll trennen, mit der Bahn fahren und sich in NGOs engagieren, anstatt lautstark Forderungen zu stellen? Oder weil ihnen die eigene Karriere einfach wichtiger ist als das Gemeinwohl?

Warum die Jungen so sind, wie sie sind, darüber entwickelte sich eine Diskussion zwischen dem *ZEIT*-Feuilletonchef Jens Jessen, der politischen Aktivistin Hanna Poddig und einer bekennenden Nichtwählerin, Erntekönigin und jungen Mutter. Die gerade von jungen Leuten unterstützte und selbst ernannte Protestpartei der »Piraten« stattete der Sendung zu Wasser einen Besuch ab und legte mit einem bunten Floß an der Außenterrasse des Watergate-Clubs an.

Unser Fazit nach »KAVKA« zwei: Die Änderungen im Format haben sich gelohnt. Auch die Onlinepresse honorierte unseren zweiten Anlauf: »Wer zusieht, fühlt sich nachher tatsächlich angesprochen und fragt sich: Wann bin ich das letzte Mal auf die Straße gegangen? Und wie drückt man am besten aus, dass man nicht einverstanden mit dem ist, was gerade in der Politik passiert? So kann öffentlich-rechtliche Grundversorgung funktionieren, wenn sie sich traut, Debatten anzuregen. Wenn das ZDF klug ist, macht es weiter damit.« (*faz.net*)

Natürlich lief auch beim zweiten Mal nicht alles glatt. Zum Beispiel gab es trotz unterschied-



licher Positionen der Studiogäste noch zu wenig Schlagabtausch. Auch die Kommentare der Zuschauer hätten die Gespräche im Studio stärker aufheizen können. Mehr Lebendigkeit und Meinungsaustausch – das Diskussionspotenzial hätte noch besser ausgenutzt werden können.

Ob das Experiment funktioniert hat, ob es zum ZDF passt, darüber müssen nun andere befinden. Auf alle Fälle hat es Riesenspaß gemacht, gemeinsam mit einem tollen Team aus Produktion und Technik etwas Neues zu probieren. Dank der Unterstützung so erfahrener und für alles offener Kollegen wie Juergen Grosse sind wir unserem Ziel, manches anders und neu zu machen, ein Stück näher gekommen: mit jungen Menschen in ihrer Sprache über politische Themen zu sprechen und gleichzeitig eine unaufdringliche Coolness zu vermitteln. Etliche Mails und Twitter-Beiträge, viele Anrufe per Webcam und das gute Feedback von Freunden und Kollegen bestärken uns darin: Bitte weitermachen ...!



Achim Hammer

## Die Leichtathletik-WM im ZDF – Mit Topsport und Spitzentechnik zum Erlebnisfernsehen

Die 12. Leichtathletikweltmeisterschaften in Berlin waren im Jahr 2009 das weltweit größte Sportereignis. Der Fokus der Weltöffentlichkeit lag für neun Tage auf diesem sportlichen Event.

### Das Projekt BERTA 2009

Das ZDF war dabei als federführender Sender für die Erstellung des Internationalen Signals verantwortlich. BERTA 2009 (Berlin Radio Television Athletics) nannte sich die Gemeinschaftsproduktion von ARD und ZDF. Erstmals wurde von einer deutschen Fernsehanstalt ein Sportereignis dieser Größenordnung im hochauflösenden HDTV-Format erstellt und international angeboten.

Die Vielfalt der Leichtathletik und die Parallelität der Ereignisse erforderten naturgemäß eine aufwändige Aufnahme- und Wiedergabetechnik. BERTA hatte sich verpflichtet, diese Weltmeisterschaften auf höchstem fernsehtechnischem Niveau auszurichten. Zur Erstellung des Signals kam modernste und zugleich bewährte Technik zum Einsatz. Der immense produktionstechnische Aufwand bedeutete eine enorme Herausforderung an Material und Mitarbeiter. So konnten schließlich neben den eindrucksvollen sportlichen Leistungen vor allem auch die vielfältigen Emotionen an-

schaulich in Bild und Ton wiedergegeben werden – die WM wurde zum »Erlebnisfernsehen«.

Drei große Übertragungssysteme wurden in dreijähriger Vorarbeit schrittweise konzipiert. Die beiden größten TV Compounds (Übertragungszentren) wurden in direkter Nachbarschaft zum Olympiastadion errichtet. Das »International Broadcast Center« (IBC) beheimatete als Containerdorf und Ü-Wagenpark die internationalen TV-Stationen und diente als übergeordnetes Schalt- und Sendezentrum von BERTA. Dazu gesellte sich der Hostbroadcaster-Bereich für die Signalerstellung der Lauf- und Technikdisziplinen im Stadion. Ein drittes System wurde als so genannte Außenstelle für die Geh- und Marathonwettbewerbe am Brandenburger Tor errichtet.

Sechs Regien verarbeiteten insgesamt 72 Kameras aus dem Stadion, 24 von den Marathonrennen und 17 Kameras von der Gehstrecke. Neben dem endgemischten Weltbild »Integrated Feed« wurden von BERTA weitere acht Signale von den verschiedenen Disziplinen und zahlreiche einzeln anwählbare Kameras (Isolated Cameras) angeboten. Um den Zuschauern in aller Welt ein attraktives Fernsehbild zu liefern, kam



Übertragung aus dem Olympiastadion in Berlin

Stadionatmosphäre live





Aufbau der Reporterplätze

Achim Hammer am Ort des Geschehens

neben der bewährten Technik auch innovatives Spezialequipment zur Geltung. Eine an Drahtseilen aufgehängte fliegende Kamera (Spidercam), eine mitfahrende Schienenkamera (Trackcam), mehrere hochauflösende Highspeed- und Superzeitlupenkameras, Kameras an Kränen sowie ferngesteuerte, um mehrere Achsen drehbare Remote-Systeme, lieferten eindrucksvolle und brillante Bilder aus dem Stadion.

Drahtlose Aufnahmetechnik am Hubschrauber und auf Motorrädern vermittelte eindrucksvolle Bilder von der kulturellen Vielfalt Berlins und hautnahe Einstellungen auf beziehungsweise neben der Marathon- und Gehstrecke.

Das Host-Signal wurde über neun Tage hinweg in 170 Länder ausgestrahlt. Das hochwertige Programmangebot umfasste dabei ein Volumen von insgesamt 68 Stunden. 138 Kommentarstellen wurden von den Radio- und TV-Anstalten am Ort genutzt. Insgesamt 25 Länder bedienten sich aus dem großen Angebot der Einzelsignale und mischten sich hieraus ihr eigenes unilaterales Endbild, so auch das ZDF.

Die Mitarbeiter von BERTA haben sich einer großen Herausforderung gestellt. Das professionelle Arbeiten, das Engagement und die Teamfähigkeit der Kolleginnen und Kollegen haben maßgeblich zum Erfolg der Unternehmung beigetragen.

Die Resonanz auf das Projekt »BERTA 2009« fiel insgesamt sehr positiv aus. So äußerten die Presse und die ausländischen Fernsehanstalten großes Lob und Anerkennung, sowohl für die professionelle Konzeption als auch die Umsetzung des Vorhabens. Die Übertragungen sind mehrfach für nationale und internationale Preise nominiert.

### Der HD-Showcase

Die Übertragungen von den Leichtathletik-Weltmeisterschaften 2009 in Berlin waren deutschlandweit das erste Programmvorhaben und damit auch die erste sportliche Großveranstaltung, die in einem öffentlich-rechtlichen Hauptprogramm im HDTV-Format ausgestrahlt wurde. Es war zudem das erste von drei HD-Showcases, das dem Regelbetrieb, beginnend mit den Olympischen Winterspielen 2010 in Vancouver, vorangestellt wurde. Der brandneue High-Definition-Übertragungswagen MP4 des ZDF war die Schaltzentrale der nationalen Berichterstattung von ZDF und ARD. Er bestand seine Feuertaufe mit Bravour, und das Arbeiten auf und mit dem Fahrzeug ließ keine Wünsche offen.

Die HDTV-Premiere in der Sportberichterstattung des ZDF darf als gelungen bezeichnet werden. Dank der hervorragenden technischen Vorbereitung und Umsetzung gelang die Umstellung auf das HD-Format problemlos, und es wurde ein

Wohl dem, der den Überblick  
behält: Schaltraum

Kabelbrücke im Olympiastadion



Bildsignal erstellt, das es in den Sportübertragungen des ZDF in so hoher Qualität und Brillanz noch nie zuvor gegeben hatte.

Das Programmvolumen im ZDF betrug rund 26 Stunden, jeweils verteilt auf eine Vormittags- und auf eine Primetimesendung an insgesamt vier Sendetagen. Das Sendekonzept richtete sich dabei an den Livewettkämpfen aus. Erklärstücke, die Dank neu erstellter, dreidimensionaler Animationen faszinierende Einblicke in die unterschiedlichen Disziplinen boten, Hintergrundstories, nationale und internationale Porträts und viele weitere Elemente ergänzten das Liveprogramm. Auch das Thema Doping wurde in der Berichterstattung des ZDF nicht ausgelassen, sowohl in aufklärenden, kritischen Beiträgen und Interviews als auch in den Livereportagen der Kommentatoren. Die Mischung aus Information und Emotion wurde als gelungen bewertet und schließlich mit dem Deutschen Fernsehpreis in der Kategorie Beste Sportsendung belohnt.

Die Leichtathletik-Sendungen waren sehr gut eingeschaltet und erreichten insgesamt durchschnittlich 3,20 Millionen Zuschauer und 22,1 Prozent

Marktanteil. Damit lag das ZDF deutlich vor der ARD (2,97 Millionen, 20,7 Prozent Marktanteil). In der Primetime lag der Durchschnittswert bei 5,51 Millionen Zuschauern (23,2 Prozent Marktanteil).

Spitzenreiter war erwartungsgemäß das 100-Meter-Finale der Herren mit 8,91 Millionen Zuschauern (29,6 Prozent Marktanteil), aber auch technische Disziplinen, die in der Gunst des Publikums oft hinter den Laufdisziplinen zurücktreten, wurden dank der guten Leistungen deutscher Athletinnen und Athleten außerordentlich gut angenommen. So erreichte zum Beispiel der Hochsprung der Frauen 8,08 Millionen (29,9 Prozent Marktanteil) oder das Kugelstoßen der Frauen 7,45 Millionen Zuschauer (24,7 Prozent Marktanteil).

### Fazit

Die Leichtathletik-Weltmeisterschaften waren für das ZDF als Produzent des internationalen Bild- und Tonsignals und auch im nationalen Programm ein großer Erfolg. Der Sender konnte seine produktionstechnische Kompetenz und die programmliche Qualität eindrucksvoll unter Beweis stellen. Bemerkenswert war auch die überdurchschnittlich hohe Akzeptanz bei den Fernsehzuschauern.